

**STRATEGI DEPARTEMEN PROMO PROGRAM
DI CNN INDONESIA DALAM MEMPERKENALKAN
PROGRAM ACARA**

TUGAS AKHIR SKRIPSI



OLEH

OKTAVIAN

NIM. 14148109

**PROGRAM STUDI TELEVISI DAN FILM
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2018**

STRATEGI DEPARTEMEN PROMO PROGRAM DI CNN INDONESIA DALAM MEMPERKENALKAN PROGRAM ACARA

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai derajat sarjana S-1
Program Studi Televisi dan Film
Jurusan Seni Media Rekam



OLEH

OKTAVIAN

NIM. 14148109

**FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
INSTITUT SENI INDONESIA
SURAKARTA
2018**

PENGESAHAN

TUGAS AKHIR SKRIPSI

**STRATEGI DEPARTEMEN PROMO PROGRAM DI CNN
INDONESIA DALAM MEMPERKENALKAN
PROGRAM ACARA**

Oleh

OKTAVIAN

NIM. 14148109

Telah diuji dan dipertahankan di hadapan Tim Penguji
pada tanggal 1 Agustus 2018

Tim Penguji

Ketua Penguji : Cito Yasuki Rahmad, S.Sn., M.Sn. _____

Penguji Bidang : Citra Dewi Utami, S.Sn., MA _____

Pembimbing : I Putu Suhada Agung, S.T., M.Eng _____

Skripsi ini telah diterima sebagai
salah satu persyaratan memperoleh gelar Sarjana Seni (S.Sn)
pada Institut Seni Indonesia Surakarta

Surakarta, 1 Agustus 2018
Dekan Fakultas Seni Rupa dan Desain



Joko Budiwijanto, S.Sn., M.A
NIP. 197207082003121001

PERNYATAAN

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : OKTAVIAN

NIM : 14148109

Menyatakan bahwa laporan Tugas Akhir (Skripsi/Karya) berjudul: **Strategi departemen promo program di CNN Indonesia dalam memperkenalkan program acara** adalah karya saya sendiri dan bukan jiplakan atau plagiarisme dari karya orang lain. Apabila di kemudian hari, terbukti sebagai hasil jiplakan atau plagiarisme, maka saya bersedia mendapatkan sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Selain itu, saya menyetujui laporan Tugas Akhir ini dipublikasikan secara *online* dan cetak oleh Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta dengan tetap memperhatikan etika penulisan karya ilmiah untuk keperluan akademis.

Demikian, surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 1 Agustus 2018

Yang menyatakan,



OKTAVIAN
NIM. 14148109

ABSTRAK

Oktavian. 14148109. Strategi Departemen Promo Program di CNN Indonesia dalam memperkenalkan program acara. Skripsi S-1 Program Studi Televisi dan Film, Jurusan Seni Media Rekam, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta.

Penelitian pada ranah televisi sebagai institusi ini, menempatkan proses strategi promo program sebagai objek kajiannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi promosi penting untuk menarik khalayak agar menonton program acara yang dibuat. Metode yang digunakan adalah Deskriptif Kualitatif dan pengumpulan data dilakukan melalui hasil observasi partisipasi, wawancara dan Tinjauan pustaka. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan Departemen Promo Program melakukan strategi kegiatan Promosi dalam bentuk *on air* dengan beberapa promo program yaitu: a. Update promo program adalah suatu tayangan promosi berdurasi 30 detik menampilkan cuplikan gambar harus diganti setiap 2 minggu sekali. b. Image promo program adalah Video promosi menggunakan konten audio visual berdurasi 60 detik menunjukkan karakter program acara dengan menekankan kata kata yang menjadi ciri program acara tersebut, promo jenis ini di perbaharui setiap 1 tahun sekali. c. Promo *anchor* adalah suatu promosi yang mengangkat sosok pembawa berita yang menunjukkan karakter pembawa berita tersebut sesuai program acara yang membawakanya (softnews).

Kata Kunci : Strategi promosi program, Departemen Promo Program, CNN Indonesia

KATA PENGANTAR

Segala puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, dengan limpahan rahmatnya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul Strategi Departemen Promo Program di CNN Indonesia dalam memperkenalkan program acara, ini dapat terselesaikan untuk prasyarat untuk memperoleh gelar Sarjana Seni pada Program Studi Televisi dan Film, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Surakarta. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. I Putu Suhada Agung, S.T., M.Eng selaku Pembimbing Akademik selama 8 semester dan juga sekaligus Pembimbing yang selalu memberikan pengarahan, bimbingan, saran dan kritik, yang membantu penulis dalam melaksanakan penelitian dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.
2. Citra Dewi Utami, M.A, selaku dosen penguji yang telah memberikan pengarahan dan masukan selama proses penulisan skripsi ini.
3. Cito Yasuki Rahmad, S.Sn., M.Sn selaku ketua penguji yang telah memberikan masukan dan saran untuk memperbaiki skripsi ini.
4. Fitri Selaku HRD di *Cable News Network* Indonesia atau CNN Indonesia yang telah menerima dan memberika ijin kepada Penulis untuk melakukan pengambilan data.
5. Kristin Indah Kusumo Wardani S, Selaku Kepala Departemen Promo dan Media Services.

6. Rama Wisnu Mahendra selaku Produser Promo Program dan juga Mentor Penulis di *Cable News Network* Indonesia atau CNN Indonesia.
7. Agra Damia Saputra dan Krisdayanti selaku *Production Assistant*.
8. Najwa Ilham Kelana, Risti Yuliana, Zain Arifin Rohmad, Muhamad Irfan , Rossi wijayanti dan Teman seangkatan Prodi Televisi dan Film angkatan 2014 yang telah memberikan dukungan.
9. Semua Pihak yang tidak bisa disebut namanya satu persatu yang telah membantu lancarnya penulisan TA Skripsi ini.



Surakarta, 17 juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL.....	ix

BAB I PENDAHULUAN1

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Tinjauan Pustaka.....	4
F. Kerangka Pikir.....	8
G. Metode Penelitian.....	15
H. Sistematika Penulisan Laporan.....	29

BAB II PROMO PROGRAM CNN INDONESIA.....22

A. CNN Indonesia.....	22
B. Logo dan Visi Misi.....	23
C. Departemen Promo Program.....	24
D. Alur Produksi Promo Program.....	26
E. Program acara CNN Indonesia.....	27
F. Jenis promo program di CNN indonesia.....	40

BAB III STRATEGI PROMO PROGRAM DI CNN INDONESIA.....41

A. Metode Promosi Program.....	41
B. Stretegi Promosi Program.....	42
C. Format Program Acara.....	64

BAB IV PENUTUP.....	91
A. Kesimpulan.....	91
B. Saran.....	93

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alur pemikiran penelitian.....	15
Gambar 2. Logo CNN Indonesia.....	23
Gambar 3. Alur produksi promo program.....	26
Gambar 4. <i>Screen capture</i> Update Promo.....	56
Gambar 5. Promo Image Program <i>Good Morning</i>	58
Gambar 6. <i>Screen capture</i> Promo Anchor Hera.F Haryn.....	60
Gambar 7. Program acara <i>CNN Indonesia Today</i>	64
Gambar 8. Program acara <i>CNN Indonesia News Desk</i>	66
Gambar 9. Program acara <i>Good Morning</i>	67
Gambar 10. Program acara <i>After 10</i>	68
Gambar 11. Program acara <i>CNN Indonesia News Report</i>	69
Gambar 12. Program acara <i>CNN Indonesia News Room</i>	70
Gambar 13. Program acara <i>CNN Indonesia Prime News</i>	71
Gambar 14. program acara <i>Insight with Desi anwar</i>	73
Gambar 15. Program acara <i>CNN Indonesia World Now</i>	74
Gambar 16. Program acara <i>The World Tonight</i>	76
Gambar 17. Program acara <i>CNN Indonesia Night News</i>	77
Gambar 18. Program acara <i>Inside Indonesia</i>	78
Gambar 19. Program acara <i>CNN Indonesia Sport</i>	79
Gambar 20. Program acara <i>CNN Indonesia bussiness</i>	80
Gambar 21. Program acara <i>Showbiznews</i>	82
Gambar 22. Program acara <i>CNN Indonesia Heroes</i>	83
Gambar 23. Program acara <i>Bisnis Anak Muda</i>	85
Gambar 24. Program acara <i>Viral</i>	86
Gambar 25. Program acara <i>CNN Indonesia Connected</i>	87
Gambar 26. Program acara <i>CNN Indonesia Tech News</i>	89

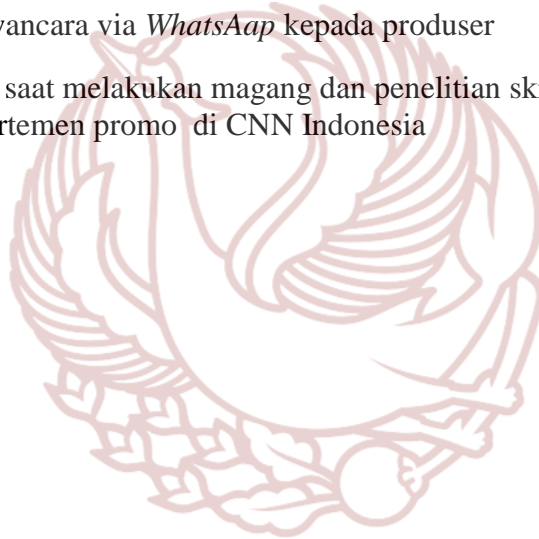
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Batasan mengenai <i>hardnews</i> dan <i>softnews</i>	12
Tabel 2. Program Acara CNN Indonesia.....	27
Tabel 3. Strategi dan indikator promo program.....	62
Tabel 4. Pembagian promo program berdasarkan jenis berita.....	63



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Penelitian Skripsi di Departemen Promo Program di CNN Indonesia
- Lampiran 2. Interview wawancara Produser Promo Program Periode Oktober – Desember 2017
- Lampiran 3. Wawancara Kepala Departemen Promo Program Periode Juli 2018
- Lampiran 4. Daftar Narasumber
- lampiran 5. Wawancara via *WhatsApp* kepada produser
- lampiran 6. Foto saat melakukan magang dan penelitian skripsi di departemen promo di CNN Indonesia



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang

Hadirnya televisi memberikan kemudahan berbagai macam kebutuhan informasi dan hiburan, yang dapat dirasakan masyarakat secara luas. Televisi memiliki daya persuasif yang kuat, disebabkan unsur-unsur audio berupa suara dan visual berupa gambar hidup yang menimbulkan kesan mendalam pada pemirsanya. Persaingan media penyiaran pada dasarnya adalah persaingan merebut perhatian khalayak, maka pengelola stasiun penyiaran harus memahami siapa khalayak mereka dan apa kebutuhan mereka.¹ Kebutuhan khalayak terpenuhi melalui program yang disajikan. Program televisi merupakan faktor yang cukup penting dalam mendukung finansial suatu perusahaan penyiaran televisi. Bukan suatu hal yang mudah untuk dapat mempertahankan suatu program televisi agar tetap diminati banyak khalayak dan memiliki rating tinggi, beragam strategi dibutuhkan agar pencapaian target *rating* yang diinginkan perusahaan terpenuhi. Untuk membuat program yang mampu menghasilkan *rating* tinggi dibutuhkan kerja keras dan kerjasama tim. Pada masa sekarang ini, program televisi semakin banyak jumlahnya dan sangat variatif.

Promo program dibuat dengan tujuan agar penonton mengetahui suatu program tanpa harus melihatnya terlebih dahulu, dengan promo program yang menarik secara tidak langsung akan menggiring penonton untuk melihat program acara yang dibuat. Oleh karena itu keberhasilan suatu program dapat dilihat

¹ Morissan. Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio.Dan Televisi. (Kencana Prenada media Group: Jakarta, 2011), hal. 173.

bagaimana strategi promo program itu dibuat. Jika Suatu program memiliki promo program yang menarik sangat memungkinkan program tersebut akan dilihat banyak orang. Promo dalam sebuah program dapat diibaratkan sebuah kado, jika dikemas dengan menarik maka akan menimbulkan rasa penasaran dan ketertarikan terhadap benda apa yang terdapat dalam kemasan kado tersebut. Apalagi saat sekarang di zaman yang serba canggih, promo dapat dibuat dengan konten audio visual yang lebih menarik minat penonton.

Program dapat dianalogikan sebagai sebuah produk, yang dijual kepada pihak lain, dalam hal ini khalayak dan pemasang iklan. Program dari analogi tersebut dapat diartikan bahwa program adalah produk yang ditawarkan kepada khalayak sehingga mereka bersedia menyaksikannya. Hal ini terdapat suatu rumusan dalam dunia penyiaran, yaitu program yang baik akan mendapatkan khalayak yang lebih besar, sedangkan acara yang buruk tidak akan mendapatkan khalayak.² Media industri yang menghasilkan produk informasi tidak hanya bersaing dengan stasiun televisi lain, tetapi juga harus berkompetisi dalam pasar dan khalayak, yaitu konsumennya sendiri. Artinya, bahwa suatu program dapat dinilai baik apabila program yang tayangannya mampu mengikuti selera khalayak dan khalayak tersebut bersedia mengikuti program yang disajikan tersebut.

² Morisan, 2011, 210

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dapat diketahui rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana promo program *on air* distrategikan untuk memperkenalkan program program acara yang dimiliki CNN Indonesia dan juga sekaligus menarik minat pengiklan.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mendiskripsikan secara tertulis tentang strategi promo program yang ada di CNN Indonesia
2. Mengetahui cara pembuatan promo program dengan konten audio visual.
3. Mengetahui hal-hal terkait tentang promo program di CNN Indonesia.

D. Manfaat Penelitian

Penulisan ini diharapkan dapat menambah kajian dunia pertelevisian khususnya bagaimana promo program sangat diperlukan agar khalayak tahu tentang program acara apa yang akan dilihat, sebelum menonton program tersebut dan dapat menambah referensi terkait penelitian yang relevan dengan penelitian ini, serta bagaimana promo program menjadi hal yang sangat penting secara langsung maupun tidak langsung untuk menggiring penonton agar mau menonton program program acara yang akan dibuat.

E. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka dalam penelitian ini menggunakan referensi utama yang terkait dengan dengan objek bahasan yang diharapkan dapat membantu untuk meneliti sisi lain yang belum pernah diteliti oleh penulis lain.

Skripsi Vitri Martyaningsih, mahasiwa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, tahun 2015, tentang *Promosi Program Televisi FIFA WORD CUP 2014 di Media Sosial (Twitter)*, skripsi ini membahas tentang bagaimana promosi yang dilakukan ANTV dalam menarik minat pengiklan pada program acara *FIFA WORD CUP 2014 di Media Sosial (Twitter)*. Penelitian skripsi tersebut menggunakan kualitatif deskriptif dan metode studi kasus, dimana peneliti melakukan observasi mengamati langsung obyek Perusahaan mempromosikan produk ini untuk ditonton masyarakat, agar share dan rating yang didapat menjadi meningkat, sehingga menarik pengiklan di setiap program tayangannya. Berdasarkan hasil analisis pada kegiatan promosi FIFA World Cup 2014 yang dilakukan oleh tim Departemen Promo *On Air* ANTV di media sosial twitter, perusahaan telah memperhatikan seluruh faktor dasar dalam melaksanakan kegiatan promosi, sehingga sukses mendatangkan keuntungan bagi perusahaan.

Skripsi Rini Triyantini, mahasiwa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia, tahun 2011 tentang *Analisis Kegiatan Promosi Program Acara Televisi (Studi Diskripsi Program Acara Apa kabar Indonesia Pagi dan Coffe Break di TV One Periode Juli sampai Desember 2011)* skripsi ini membahas tentang

bagaimana promosi yang dilakukan TV One dalam menarik minat pengiklan di program acara *Apa Kabar Indonesia Pagi* dan *Coffe Break*.

Metode yang digunakan dalam skripsi ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dan menganut paradigma konstruktivisme. Pengumpulan data dilakukan melalui hasil wawancara, observasi, studi pustaka dan data sekunder. bagaimana melakukan kegiatan promosi dalam bentuk *on air* yang berupa suatu tayangan produksi yang mengangkat sosok Anchor program acara dan *off air* yang dilakukan melalui Special Event : seminar (*road show* dari kampus ke kampus yang membahas tentang jurnalistik), *social network* (facebook, Instagram, twitter, website) dan surat kabar, melakukan perumusan segmentasi-targeting-positioning penonton, rating dan share serta penjualan program kepada pemasang iklan.

Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam upaya menjangkau penonton dan pengiklan, program acara *Apa Kabar Indonesia Pagi* dan *Coffee Break* melakukan kegiatan promosi dalam bentuk *on air* yang berupa suatu tayangan produksi yang mengangkat sosok pembawa acara program acara tersebut dengan durasi 30 (tiga puluh) detik dan *off air* yang dilakukan melalui Special Event : seminar (*road show* dari kampus ke kampus yang membahas tentang jurnalistik), *social network* (facebook, twitter, website) dan surat kabar, melakukan perumusan segmentasi-targeting-positioning penonton, rating dan share serta penjualan program kepada pemasang iklan

Skripsi Tri Utaminingsi, tahun 2014 mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Makassar tentang *Strategi Promosi Kompas TV Makassar*

dalam Menarik Minat Pengiklan skripsi ini membahas tentang bagaimana strategi promosi yang dilakukan Kompas TV Makassar dalam menarik minat pengiklan. Tipe penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, yaitu tipe penelitian yang memberikan gambaran atau penjabaran tentang sesuatu objek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki, disini peneliti akan langsung terjun pada wilayah penelitiannya

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kompas TV Makassar menggunakan dua strategi promosi yaitu strategi bauran promosi yang meliputi lima elemen yakni *advertising, publicity, direct marketing, personal selling, dan public relations*, serta strategi pemilihan media mencakup media cetak, media lini atas, dan media online. Penelitian ini juga menemukan beberapa faktor yang memengaruhi penerapan strategi promosi Kompas TV Makassar yaitu efektivitas, anggaran, dan target promosi. Penelitian ini juga menemukan tiga kendala dalam penerapan strategi promosi yaitu pengetahuan masyarakat, kurangnya sumber daya manusia (SDM), dan persaingan dengan stasiun televisi lokal lain.

Skripsi skripsi sebelumnya tentu berbeda dengan penelitian ini tentang Strategi Departemen Promo Program di CNN Indonesia, skripsi Vitri martyaningsih membahas tentang strategi promosi salah satu program acara di ANTV, sedangkan skripsi ini membahas tentang Strategi keseluruhan program acara di CNN Indonesia strategi. Skripsi dari Rini Triyantini membahas tentang analisis kegiatan dua program acara yang ada di TV One, dengan menyebutkan strategi promo *on air* dan *off airnya*, sedangkan skripsi ini hanya membahas tentang strategi promo *on air* saja di CNN Indonesia. Skripsi dari Tri Utaminingsi

tentang strategi promosi Kompas TV Makassar untuk menarik minat pengiklan, di skripsi ini membahas strategi promo program yang berpengaruh untuk rating dan iklan. Penelitian ini mendeskripsikan secara mendalam mengenai bagaimana cara sebuah Promo program dapat menarik penontonnya lewat strategi yang ada di departemen promo program sendiri, serta bagaimana cara promo program dibuat dengan konten audio visual yang menarik sehingga penonton yang melihatnya akan merasa penasaran tentang isi suatu program.

Morissan, M.A., (2011) dalam bukunya *Manajemen Media Penyiaran : Strategi Mengelola Radio dan Televisi* buku ini berisi tentang sejarah penyiaran, teknik penyiaran, sistem penyiaran, manajemen penyiaran, audien penyiaran, program siaran, strategi program sampai promosi program. Buku ini digunakan untuk memahami strategi dan metode promosi secara teori dan segala aspek yang membangun.

H.B Sutopo (2006) dalam bukunya *Metodologi Penelitian Kualitatif* juga membantu dalam proses pelaksanaan penelitian kualitatif. Buku ini membahas mengenai sejarah dan metodologi penelitian kualitatif yang diulas secara komprehensif, dasar teori dan terapannya juga dijelaskan dalam buku ini, mulai dari perkembangan paradigma ilmu hingga cara penyajian dan analisisnya serta mencantumkan beberapa contoh kasus penelitian kualitatif. Buku ini digunakan sebagai acuan proses pengambilan data, reduksi, hingga validitas.

Andi Fachruddin (2012) dalam bukunya *Dasar-Dasar Produksi Televisi* yang membahas tentang berbagai teknik dan konsep fundamental sebuah program

televisi yang berkualitas. Andi dalam bukunya, membantu penelitian ini dalam mencari data mengenai 21 rating program yang menjadi acuan utama finansial perusahaan. Digunakan sebagai acuan untuk melihat pembacaan rating program televisi.

Dengan demikian, tugas akhir skripsi yang berjudul Strategi Departemen Promo Program di CNN Indonesia merupakan penelitian *original* yang dapat dipertanggungjawabkan isinya sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan.

F. Kerangka Pikir

Penelitian ini disusun dengan menggunakan data hasil observasi berperan dan wawancara secara langsung kepada Kepala Departemen dan Produser serta Kreatif CNN Indonesia. Ranah televisi sebagai institusi terpilih sebagai fokus obyek kajian. Teori Morissan tentang promosi program digunakan sebagai acuan untuk mendukung data yang diperoleh di lapangan. Penelitian ini fokus membahas mengenai strategi promo program *on air* di televisi swasta CNN Indonesia untuk mempertahankan, mengingatkan penonton untuk tetap melihat program acara yang dimiliki, juga menarik minat iklan untuk mau beriklan. Analisis obyek kajian berdasarkan pengamatan lapangan, wawancara dan teori-teori strategi program yang bersangkutan. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

1. Branding stasiun TV didukung oleh promo program

Televisi sebagai institusi merupakan kajian televisi yang dilihat dari segi fungsi dan konseptual. Hal ini tampak dalam proses produksi dan pendistribusian materi sebuah promo program dan penelitian ini berada pada ranah televisi sebagai institusi mengenai proses produksi hingga on air kepada khalayak dengan tujuan utamanya yaitu mengetahui strategi promo program di CNN Indonesia dalam upaya meningkatkan rating dan juga menarik minat pengiklan. Sebagai Institusi, media penyiaran memiliki kekuasaan penuh terhadap program yang disiarkan dan bagaimana suatu program di promosikan lewat beberapa metode asalkan itu menguntungkan perusahaan.

2. Strategi Promo Program

Strategi adalah suatu cara atau siasat yang digunakan untuk mencapai target tertentu. Promo program adalah kegiatan untuk mempertahankan audien dan menarik audien baru serta mengundang pemasang iklan².

Strategi promo program adalah upaya untuk menciptakan, maupun mempertahankan penonton agar tetap mau melihat program acara yang dibuat dan juga menarik calon penonton baru untuk membuat penasaran tentang program-program acara yang akan dibuat sehingga mereka nantinya diharapkan agar mau menonton program acara yang dibuat, juga dapat mengundang calon pemasang iklan agar mau memasang iklan, serta mengingatkan penonton agar tidak lupa untuk menyaksikan jam dan hari apa dapat menyaksikan program yang telah dibuat. keberhasilan media penyiaran sangat ditentukan oleh kemampuan

² Morissan, 2011, 455

khalayaknya. Tidak ada batasan mengenai metode yang digunakan untuk mempromosikan program acara. Metode promosi yang digunakan media penyiaran untuk mencapai tujuan promosinya, pada dasarnya hanya dibatasi oleh daya imajinasi orang-orang yang terlibat dalam kegiatan promosi.

Menurut Morissan metode promosi terdapat 2 metode yang banyak digunakan media penyiaran untuk melakukan promosi yaitu :

1. Media Sendiri

Tempat terbaik untuk mempromosikan program adalah tentu saja distasiun sendiri. Promosi di stasiun sendiri merupakan cara yang paling cepat dan paling mudah dilakukan karena audien sedikit banyak sudah tersedia. Promosi program merupakan seni untuk membuat audien tidak pindah ke stasiun penyiaran lain.³ Promosi di media sendiri bertujuan memberi tahu dan mengingatkan audien untuk terus mengikuti program lain yang akan segera ditayangkan. Cara media berpromosi akan menentukan apakah suatu program akan berhasil atau gagal, karena itu media penyiaran tidak boleh meremehkan penting tugas suatu promo. Media penyiaran dapat mempromosikan berbagai programnya setiap hari.

2. Public Relation

Kegiatan hubungan masyarakat atau *public relations* (PR) adalah upaya mengelola media penyiaran untuk membentuk persepsi masyarakat atas media penyiaran. Dengan demikian, kegiatan PR ditujukan kepada

³ Morissan, M.A. hal 458

segala aktivitas yang ditujukan untuk membentuk persepsi yang dihendaki. *Public relations* adalah kegiatan mempromosikan media penyiaran secara langsung kepada masyarakat atau sering juga disebut dengan *off air promotion*.⁴ *Off air promotion* ini pengelola media penyiaran bertemu langsung dengan masyarakat atau kelompok kelompok yang dianggap mewakili masyarakat misalnya pers. Berbagai kegiatan yang melibatkan pengelola media penyiaran dengan masyarakat dapat digelar yang tujuannya adalah untuk membangun persepsi atau citra masyarakat terhadap media bersangkutan.

Khalayak dipahami dengan menggunakan pendekatan ilmu pemasaran karena khalayak adalah konsumen yang memiliki kebutuhan terhadap program. Melalui promosi media penyiaran mencoba untuk membujuk khalayak untuk tetap mengikuti program program yang disiarkan dan sekaligus membujuk pemasang iklan untuk membeli waktu siaran yang tersedia. Promosi menjadi kegiatan yang sangat penting sehingga banyak media penyiaran yang membentuk bagan yang khusus menangani tugas ini, yaitu bagian promosi yang dipimpin oleh seorang manager promosi.

⁴ Morissan, M.A. hal 467

3. Format Program Berita

Program informasi dalam kategori *berita keras* atau *hardnews* dapat dibedakan dengan berita lunak atau *softnews*, berdasarkan sifatnya sebagaimana dijelaskan dalam tabel.⁵

Tabel 1. Batasan mengenai Hardnews dan Softnews

NO	Hardnews	Softnews
1	Harus ada peristiwa terlebih dahulu	Tidak mesti ada peristiwa terlebih dahulu
2	Peristiwa harus aktual (Baru Terjadi)	Tidak mesti aktual
3	Harus segera di siarkan	Tidak bersifat segera (<i>timeles</i>)
4	Tidak menekankan sisi <i>human Interest</i>	Sangat menekankan segi <i>human Interest</i>
5	Laporan tidak mendalam	Laporan bersifat mendalam
6	Teknik Penulisan Piramida tegak	Teknik penulisan piramida terbalik
7	Ditayangkan dalam program berita	Ditayangkan dalam program lainnya.
8	Mengutamakan Informasi terpenting saja	Menekankan pada detail

Berita berat (*hardnews*) adalah segala informasi penting dan menarik yang harus segera disiarkan oleh media televisi, karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui penonton secepatnya. Media televisi biasanya menyediakan berita berat (*hardnews*) secara reguler yang ditayangkan dalam suatu program berita. Berita berat (*hardnews*) dapat dibagi ke dalam beberapa bentuk berita yaitu : *straight news*, *features* dan *infotainment*.⁶

- a. ***Straight News*** (berita langsung), maksudnya suatu berita yang singkat (tidak *detail*) dengan hanya menyajikan informasi terpenting saja terhadap suatu

⁵ Morisan, 2011, 222

⁶ Morissan, hal. 219.

peristiwa yang diberitakan. Berita jenis ini sangat terikat waktu (*deadline*), karena informasinya menjadi tidak menarik lagi jika terlambat disampaikan.

Contoh program acara di CNN Indonesia : CNN Indonesia News Desk, CNN Indonesia News Report, CNN Indonesia Prime News, CNN Indonesia Today, World Now, CNN The world tonight

- b. **Feature**, yakni berita ringan namun menarik. Pengertian “menarik” disini adalah informasi yang lucu, unik, dan aneh. Pada dasarnya berita semacam ini dapat dikatakan sebagai berita lunak (*softnews*) karena tidak terlalu terikat dengan waktu penayangan. **Contoh program acara di CNN Indonesia :** CNN Indonesia Good Morning.

- c. **Infotainment**, merupakan bentuk berita berat (*hard news*) karena memuat informasi yang harus segera ditayangkan, dalam bentuk ini sajian yang ditayangkan biasanya artis/tokoh terkenal seperti selebritis. **Contoh program acara di CNN Indonesia :** After 10

SoftNews (berita lunak), adalah segala informasi penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Program yang masuk ke dalam kategori berita lunak ini adalah : *current affairs*, *magazine*, *dokumenter* dan *talk show*.

- a. **Current Affairs**, program yang menyajikan informasi yang terkait dengan suatu berita penting yang di buat secara lengkap dan mendalam, bahasannya adalah bahwa selama isu yang dibahas masih mendapat perhatian penonton, maka *current affairs* dapat disajikan. **Contoh program acara di CNN Indonesia :** CNN Indonesia Tech News, CNN Indonesia Connected

- b. **Magazine**, program yang menampilkan informasi ringan namun mendalam atau dengan kata lain *magazine* adalah *feature* dengan durasi yang lebih panjang. *Magazine* lebih menekankan pada aspek menarik suatu informasi daripada aspek pentingnya. **Contoh program acara di CNN Indonesia :** CNN Inside Indonesia, CNN Indonesia connected
- c. **Dokumenter**, program informasi yang bertujuan untuk pembelajaran dan pendidikan namun disajikan dengan menarik. **Contoh program acara di CNN Indonesia :** CNN Indonesia Heroes.
- d. **Talk Show**, program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh pembawa acara (*Host*). Narasumber yang di undang adalah orang yang berpengalaman langsung dengan topik atau peristiwa yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah di bahas. **Contoh program acara di CNN Indonesia :** CNN Indonesia Viral.

4. Skema Penelitian

Bagan penelitian dibuat dengan segitiga terbalik sebagai kerangka pikir yang diterangkan bahwa dengan studi pertelevisian kemudian mengerucutkan ke observasi berperan, wawancara, studi pustaka, kemudian menganalisis strategi promo program hingga sampai dengan kesimpulan.



Gambar 1. Bagan Alur Pikir Penelitian

G. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya menerangkan cara penyusunan data yang telah diperoleh selama proses pengumpulan bahan. Uraian tersebut meliputi penjelasan tentang :

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian diskripsi kualitatif sebagai pendekatannya. Dalam penelitian ini yang dikaji dan dikupas strategi promo program yang ada di CNN Indonesia serta bagaimana promo program dibuat dalam konten audio visual. Semua data yang dikumpulkan dijadikan acuan kunci terhadap apa yang diteliti berdasarkan teori promosi program.

2. Objek Penelitian

Objek penelitian merupakan hal, perkara, atau orang atau benda yang menjadi pokok pembicaraan dan yang dijadikan sasaran untuk diteliti, diperhatikan, dan sebagainya. Sedangkan Penelitian adalah kegiatan

pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan obyektif untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip-prinsip umum. Objek penelitian ini adalah promo program acara yang ada di stasiun televisi CNN Indonesia. Hal yang lebih detail terkait dengan program acara ini dipaparkan sebagai berikut :

- a. Produksi : CNN Indonesia
- b. Tahun Produksi : periode September – Desember 2017
- c. Departemen : Promo program

3. Gambaran Umum

Lokasi penelitian ini adalah bertempat di perusahaan televisi swasta CNN Indonesia yang terletak di Jl. Kapt. P. Tendean Mampang Jakarta Selatan.

4. Waktu Penelitian

Pengambilan data dilakukan secara langsung di lokasi penelitian yaitu pada tanggal 18 September hingga 10 Juli 2018 dan dilakukan secara langsung wawancara dan tidak langsung melalui telepon.

5. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah promo program acara yang ada di stasiun televisi CNN Indonesia. Data diperoleh dari hasil pengamatan selama tiga bulan melakukan Kuliah Kerja Profesi di TransMedia di Jl. Kapten P. Tendean, Mampang, Jakarta Selatan.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang diperoleh dari pengumpulan buku tentang strategi promo program, buku metode penelitian kualitatif, buku mengenai strategi promo program, buku yang relevan dengan permasalahan yang dibahas oleh peneliti.

6. Pengumpulan Data

a. Observasi Berperan

Peneliti melakukan observasi berperan terhadap objek yang diteliti, dalam hal ini promo program acara televisi. Peneliti pernah mengikuti proses pembuatan promo program dari mulai praproduksi sampai pascaproduksi, Penelitian dilakukan terhitung sejak 18 September 2017 sampai 10 Juli 2018.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan guna memperoleh data-data yang valid mengenai bagaimana cara kerja di dalam suatu stasiun televisi dan juga bagaimana departemen promo program ini mempunyai strategi untuk memperkenalkan program acara yang dimiliki. Wawancara ini dilakukan pada saat melakukan Kuliah Kerja Profesi pada tanggal 18 September 2017 – 18 Desember 2018, tentang apa saja yang terkait dengan promo program, khususnya pada Departemen Promo Program. Wawancara dilakukan secara non formal, karena hanya dengan perbincangan ketika melakukan kegiatan dan di sela waktu yang ada pada saat istirahat makan siang maupun di waktu santai saat tidak sedang mengerjakan suatu pekerjaan. Wawancara selanjutnya dilakukan melalui pesan dan telepon

menggunakan aplikasi *WhatsApp* untuk menanyakan kepada produser promo program tentang sesuatu yang masih belum jelas. Wawancara via telfon dan *WhatsApp* dimulai peneliti pada bulan februari 2018 – juni 2018. Wawancara langsung untuk memperdalam data dilakukan pada tanggal 8 juli 2018 - 12 juli 2018 bertemu dengan kepala departemen, produser promo dan juga kreatif promo program untuk melakukan wawancara terkait data yang masih kurang untuk keperluan skripsi.

c. Studi Pustaka

Studi pustaka ini dilakukan dengan mempelajari berbagai literatur, buku maupun dari internet. Studi pustaka ini bertujuan untuk memperoleh data dan informasi pelengkap, yang berkaitan dengan objek penelitian:

- 1) Buku mengenai Promo Program yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini.
- 2) Buku mengenai penelitian menggunakan metode diskripsi kualitatif dari mulai pengambilan data, pengumpulan data sampai menyimpulkan sebuah data.
- 3) Dokumen dokumen yang berhubungan dengan strategi departemen promo program yaitu bagan alur kerja departemen promo program, Jobdesk yang ada di departemen promo program CNN Indonesia

7. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses paling penting untuk menentukan hasil penelitian. Dalam penelitian ini analisis data dilakukan dengan mengacu pada teknik analisis data dalam model Miles dan Hubberman yang terbagi kedalam tiga proses, yaitu: Reduksi Data, Penyajian Data, dan Menarik Kesimpulan.

a. Reduksi data

Reduksi data digunakan untuk memilih data yang relevan dengan memusatkan perhatian pada penyederhanaan, reduksi data merupakan bagian dari analisis sehingga dapat menarik kesimpulan. Reduksi merupakan proses peneliti memilih, memusatkan, menyederhanakan dari catatan-catatan kecil yang ditulis pada saat melakukan penelitian di lapangan. Proses ini bukan proses yang sekali jadi, namun akan terus berulang ulang selama proses kualitatif berlangsung. Proses reduksi data bukan lantas selesai atau berakhir ketika peneliti sudah selesai observasi di lapangan tetapi terus berlangsung hingga laporan tugas akhir penelitian ini dapat tersusun.

Tahapan reduksi data ini merupakan bagian kegiatan analisis, sehingga harus dapat mengelompokkan mana data yang penting dan mana yang kurang penting, kemudian meringkasnya. Proses reduksi data ini dimaksudkan agar lebih menajamkan, mengarah dan memyinkirkan data yang sekiranya belum penting, sehingga memudahkan untuk penarikan kesimpulan.

b. Penyajian data

Proses ini berupa data hasil penelitian yang telah melalui hasil reduksi data. Dengan mencermati penyajian data ini akan lebih mudah memahami apa yang sedang terjadi, peneliti meneruskan analisisnya atau masih memperdalam temuan penelitian tersebut.

Pada skripsi ini dilakukan penyajian data dalam bentuk tabel dan juga video serta kutipan wawancara dengan para narasumber di CNN Indonesia yang terkait dengan pembahasan penelitian yaitu strategi departemen promo program.

Penyajian data merupakan cara untuk dapat menyajikan data dengan baik agar dapat mudah dipahami orang lain, penyajian data diperoleh dari pengamatan, atau hasil wawancara atau juga dari informasi lainnya, yaitu : dokumen, foto, dan rekaman video.

c. Kesimpulan

Kesimpulan merupakan bagian akhir dari sebuah pembahasan, berfungsi sebagai kalimat-kalimat yang mendukung gagasan sebelumnya. Peneliti akan menyimpulkan yang awalnya belum jelas kemudian meningkat menjadi lebih rinci dan mengakar tentang strategi yang dilakukan CNN Indonesia untuk mengenalkan program program acaranya ke publik. Peneliti bisa saja melakukan verifikasi hasil temuan itu kembali di lapangan tetapi itu bukan penelitian yang final. Dengan begitu kesimpulan yang diambil dapat sebagai pemicu peneliti untuk lebih memperdalam lagi proses observasi dan wawancara agar data yang diperoleh semakin menajam dan juga bisa dipertanggungjawabkan.

H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini akan terbagi menjadi bab yang berisi uraian dan subbab yang berisi penjelasan. Penyusunan dimulai dari bab pertama hingga bab keempat. Adapun penyusunannya sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisi Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tinjauan Pustaka, Landasan Teori, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II PROMO PROGRAM CNN INDONESIA

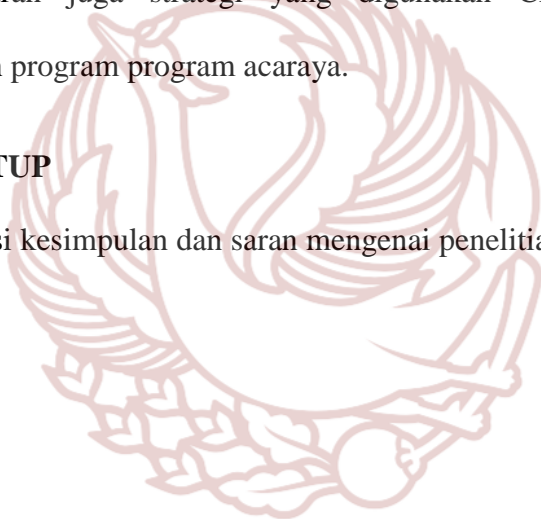
Bab II berisi deskripsi umum CNN Indonesia, alur kerja produksi program acara dan program program acara CNN Indonesia.

BAB III STRATEGI PROMO PROGRAM DI CNN INDONESIA

Bab III berisi mengenai strategi promo program dapat menarik penontonya, serta bagaimana promo program itu dibuat menggunakan pendekatan teori Promosi penyiaran juga strategi yang digunakan CNN Indonesia dalam memperkenalkan program program acaranya.

BAB IV PENUTUP

Bab IV berisi kesimpulan dan saran mengenai penelitian yang telah dilakukan oleh penulis.



BAB II

PROMO PROGRAM CNN INDONESIA

A. CNN Indonesia

Cable News Network Indonesia (CNN Indonesia) adalah sebuah stasiun televisi dan situs berita milik TransMedia bekerjasama dengan *Turner International*. Saluran ini disiarkan pertama kalinya pada Senin, 17 Agustus 2015. Peluncuran utamanya berlangsung sejak 15 Desember 2015 dalam rangka memperingati ulang tahun TransMedia yang ke 14.

CNN Indonesia yang bersiaran dalam Bahasa Indonesia dari studio Transmedia, menyajikan konten lokal dan internasional, dengan fokus pada berita umum, bisnis, olahraga, teknologi dan hiburan. Saat ini, CNN Indonesia sudah bersiaran selama 24 jam sehari dan dapat disaksikan di saluran televisi berbayar Transvision dan useetv serta *live streaming* di CNN INDONESIA.COM. Selain di TV berbayar pemirsa yang menggunakan saluran televisi analog dapat menyaksikan acara CNN Indonesia melalui TransTV dan Trans 7. Program acara yang ada di CNN Indonesia dibagi menjadi tiga macam yaitu *Simulcast*, *Generik*, dan *Buletin*. Program acara *Simulcast* merupakan program yang tayang juga di Trans TV secara bersamaan. Program berita *generic* hanya tayang di CNN Indonesia. Sedangkan *Buletin* menyiarkan informasi yang berisi segala macam berita dari politik, olahraga, dan bisnis.

Berita yang disajikan oleh CNN Indonesia bersifat Independent, Akurat, Jelas, dan Adil. Berita di CNN Indonesia bersifat Independent yaitu berita yang

diberikan bebas kepada seluruh Indonesia. Berita CNN Indonesia juga bersifat Akurat karena berita yang diberikan CNN Indonesia benar-benar ada dan tidak di buat-buat. Berita juga jelas yaitu berita yang disajikan benar-benar detail yang akan diberikan kepada penonton agar penonton lebih memahami isi berita. Adil yaitu berita yang disajikan diambil sudah disetujui oleh narasumber. CNN Indonesia merupakan CNN Versi bahasa Indonesia, dimiliki oleh orang Indonesia, dibuat oleh Wartawan Indonesia, untuk orang Indonesia dan dunia.

B. Logo dan Visi, Misi

1. Logo CNN Indonesia

Logo CNN Indonesia terdiri dari 2 warna, yaitu : merah dan putih. Logo ini sama dengan logo CNN Internasional yang ada di Amerika Serikat, logo ini sudah memberikan perhatian kepada penonton bahwa CNN Indonesia adalah salah satu siaran televisi yang menyajikan berita nasional dan internasional.



Gambar. 2 Logo CNN Indonesia
(Sumber : <https://www.cnnindonesia.com>)
Diakses tanggal 18 mei 2018

1. Visi CNN Indonesia

CNN Indonesia mempunyai visi “*News We Can Trust*” mempunyai maksud bahwa berita yang disajikan benar dan berita yang disajikan dapat dipercaya.

2. Misi CNN Indonesia

CNN Indonesia memiliki misi :

- a. Memiliki berita yang berkualitas.
- b. Operasi *News Gathering* yang kuat dan tepat.
- c. Memiliki kredibilitas.
- d. Canggih pada presentasi udara.

C. Departemen Promo Program

Departemen Promo Program CNN Indonesia merupakan departemen yang menangani atau membuat promosi program acara dan juga promosi *TV Station*. Departemen promo program dipimpin oleh Kepala Departemen yang bertanggung jawab terhadap Kepala Divisi, sedangkan menurut Morissan, promosi menjadi kegiatan yang sangat penting sehingga banyak media penyiaran yang membentuk bagan yang khusus menangani tugas ini, yaitu Bagian promosi yang dipimpin oleh seorang manager.⁷ Departemen promo program di bawah naungan Divisi Bisnis dan Strategi juga dipimpin oleh Kepala Divisi atau sering disebut Kadiv. Departemen Promo Program CNN Indonesia memiliki struktur organisasi antara lain :

⁷ Morisan, 2011, 455

1. **Kepala Departemen :**

Kepala Departemen bertanggung jawab terhadap kegiatan produksi promo program, dengan ide-ide yang baru, bertanggung jawab terhadap pengaturan *budgeting* dan mengontrol kerja kru di setiap produksi promo program dalam Departemen.

2. **Section Head**

Section Head bertugas sebagai ujung tombak dalam operasi harian, bertanggung jawab mengatur dan memastikan kesiapan untuk menjalankan proses produksi sesuai dengan rencana produksi yang telah ditentukan.

3. **Produser**

Produser bertanggung jawab untuk merancang dan mengemas promo program lebih inovatif dan menarik, serta bertanggung jawab pada aspek produksi promo program dan memantau seluruh kinerja kru mulai dari pra produksi hingga pasca produksi.

4. **Asisstant Production**

Asisstant Production bertanggung jawab atas segala keperluan pembuatan sebuah promo program khususnya alat, naskah, *good request*, riset data hingga *control editing*, serta perijinan yang dibutuhkan untuk produksi promo program.

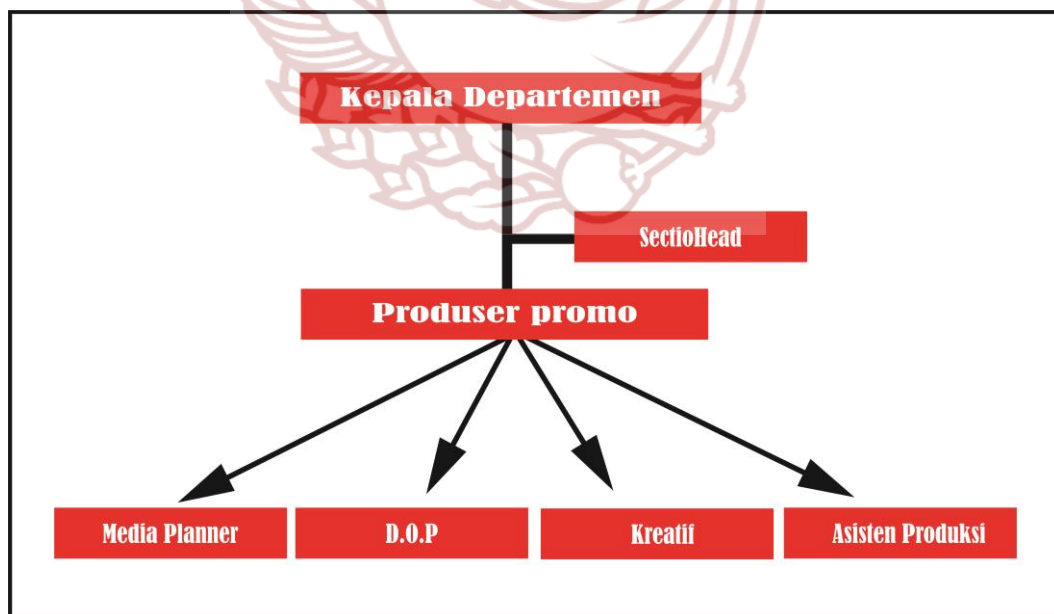
5. *Director of Photography*

Director of Photography bertanggung jawab terhadap gambar yang dihasilkan dimana promo program diperlihatkan kepada khalayak ramai, untuk itu D.O.P harus mempelajari *breakdown*, set lampu, *blocking*.

6. Kreatif

Kreatif bertanggung jawab menjadikan suatu promosi menjadi menarik untuk dilihat dan selalu memberikan ide-ide baru dan menjadikannya suatu konsep. Menjadi seorang kreatif harus memiliki imajinasi yang tinggi dalam membentuk sebuah konsep itu sendiri.

D. Alur Produksi Promo Program



Gambar 3. Bagan Alur Produksi Pembuatan Promo Program

Alur produksi promo program yang ada di CNN Indonesia dimulai dari kepala departemen untuk memberitahukan tentang apa saja pekerjaan yang saat

ini harus dipegang dan diselesaikan, kemudian dilanjutkan oleh *section head* yang bertugas untuk mengawasi kerja dari produser promo, dilanjutkan ke produser yang mengatur jadwal produksi dari mulai praproduksi sampai pascaproduksi yang membawahi kreatif, D.O.P, Asisten produksi, media planer. Semua pekerjaan yang ada di departemen promo ini yang bertanggung jawab adalah kepala departemen.

E. Program Acara CNN Indonesia


Program acara yang ada di CNN Indonesia terbagi menjadi 20 jenis program acara.⁸

Tabel 2. Program acara yang ada di CNN indonesia

No.	Jam/hari	Deskripsi	Tempat Siar
	Senin-Jumat Pukul 06.00 WIB	<i>CNN Indonesia Today</i> program berita yang menyajikan informasi terbaru dan terakurat, disertai laporan langsung dari tempat kejadian di berbagai wilayah di Indonesia setiap hari.	CNN Indonesia
	Sabtu-Minggu Pukul 05.30 WIB		




⁸ <https://www.cnnindonesia.com/tv/program>

No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
2	Senin-Jumat Pukul 13.00 WIB	<i>CNN Indonesia NewsDesk</i> program acara yang menampilkan berita terbaru dari dalam dan luar negeri tentunya dilengkapi dengan siaran langsung dari tempat kejadian.	CNN Indonesia
			
No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
3	Senin-Jumat Pukul 05.00 WIB	<i>Inside Indonesia</i> program acara Feature yang menampilkan keindahan dan keunikan indonesia, tentang kebudayaan, keindahan alam, gaya hidup dan kesenia tradisonal	CNN Indonesia



No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
4	Senin - Minggu Pukul 07.30 WIB	Program acara <i>Good Morning</i> menyajikan berbagai informasi terbaru dilengkapi dengan siaran langsung dari berbagai tempat di indonesia dan dialog komprehesif mengenai fenomena yang tengah jadi pembicaraan	- CNN Indonesia - Trans TV



No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
5	<p>Senin-Jumat Pukul 08.30 WIB</p> <p>Senin-Jumat Pukul 15.30 WIB</p>	<p><i>CNN Indonesia Sport</i> Program acara mengenai informasi lengkap seputar dunia olahraga dalam dan luar negeri dengan materi terbaru.</p>	CNN Indonesia
			
No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
6	<p>Senin-Jumat Pukul 15.30 WIB</p>	<p><i>CNN Indonesia Business</i> Program acara menyajikan informasi dunia bisnis dan ekonomi ditunjang dengan kelengkapan grafis yang dibuat dengan teknologi terbaru.</p>	CNN Indonesia



No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
7	<p>Senin Pukul 09.30 WIB</p> <p>Sabtu dan Minggu Pukul 08.00 WIB</p>	<p><i>ShowbizNews</i> program informasi terbaru dan terkini dari dunia hiburan yang disajikan secara lengkap dan mendalam.</p>	CNN Indonesia



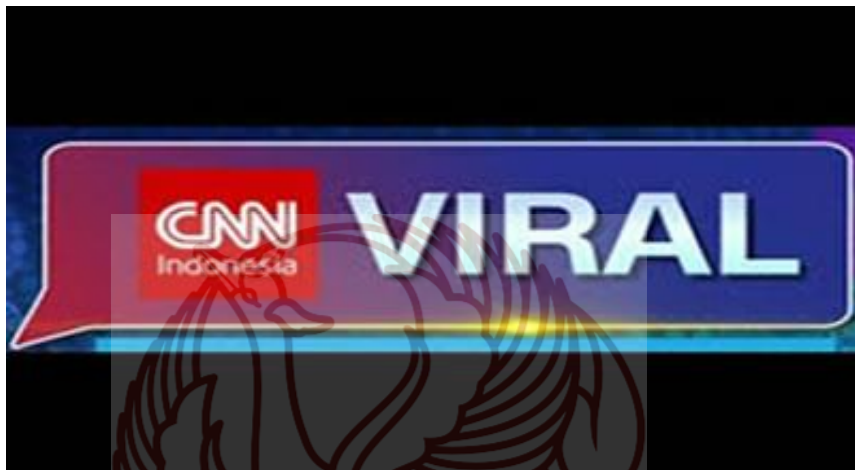
No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
8	Senin – Jum'at Pukul 10.00 WIB	<i>After 10</i> program acara yang berisi berbagai informasi yang sedang banyak dibahas di masyarakat dengan narasumber.	CNN Indonesia



No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
9	Senin – minggu Pukul 11.00 WIB	<i>CNN Indonesia News Report</i> program berita berisi berbagai siaran langsung dari sejumlah peristiwa yang terjadi di hari itu.	CNN Indonesia



No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
10	Senin – Jum'at Pukul 14.30 WIB	<i>Viral</i> menyajikan berita yang sedang diperbincangkan oleh netizen yang ada di media sosial.	CNN Indonesia



No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
11	Senin – Jum'at Pukul 15.00 WIB	<i>CNN Indonesia Heroes</i> program acara <i>feature</i> . Yang mengangkat sosok sosok yang melakukan banyak hal untuk menjadi berguna bagi sesamanya.	CNN Indonesia



No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
12	Senin – Minggu Pukul 16.30 WIB	<i>CNN Indonesia NewsRoom</i> program berita yang menayangkan informasi terbaru mengenai apa yang terjadi di sepanjang hari di lengkapi dengan siaran langsung.	CNN Indonesia



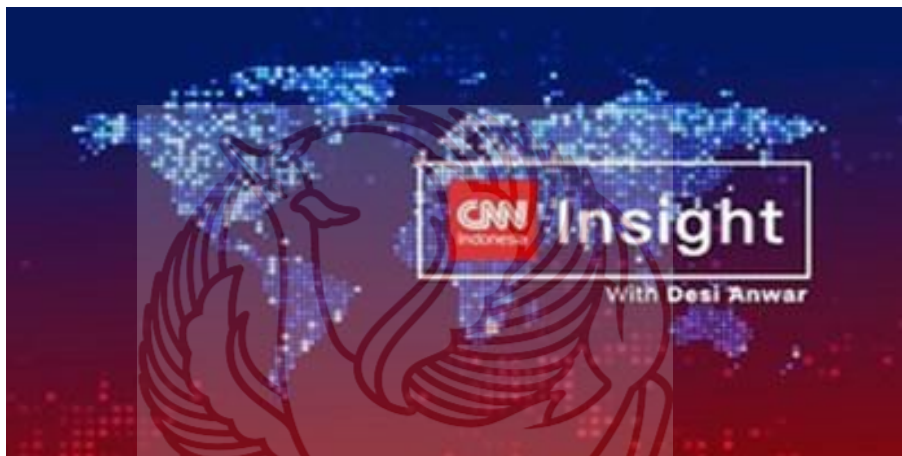
No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
13	Senin – Jum'at Pukul 18.30 WIB	<i>CNN Indonesia Connected</i> program harian yang menyoroti apa yang terjadi dan ramai di bicaran di media sosial.	CNN Indonesia



No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
14	Senin – Minggu Pukul 19.30 WIB	<i>CNN Indonesia Prime News</i> program berita menghadirkan topik topik seputar dunia politik, ekonomi yang tengah menjadi sorotan utama yang dikemas secara lengkap.	CNN Indonesia




No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
15	Senin sabtu Pukul WIB	kamis 21.00 <i>Insight with Desi Anwar</i> program berita dialog khusus yang dipandu pembawa berita senior, mengenai persoalan dan topik menarik yang sedang menjadi perbincangan umum.	CNN Indonesia



No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
16	Senin jum'at Pukul WIB	rabu 23.00 <i>Bisnis Anak Muda</i> program acara yang mengangkat kisah sukses anak anak muda yang mampu berpikir "out of the box"	CNN Indonesia



No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
17	Senin - Minggu Pukul 07.00 WIB	<i>World Now</i> program berita mengenai informasi internasional terbaru yang dikemas secara berbeda di dukung dengan materi terbaru.	CNN Indonesia
			
No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
18	Senin - Minggu Pukul 21.00 WIB	<i>The world Tonight</i> program acara mengenai rangkaian berita juga informasi nasional dan mancanegara yang menghadirkan perkembangan peristiwa.	CNN Indonesia



No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
19	Senin – Jum'at Pukul 23.30 WIB	<i>The world Tonight</i> program acara mengenai rangkaian berita juga informasi nasional dan mancanegara yang menghadirkan perkembangan peristiwa.	CNN Indonesia



No.	Jam/hari	Deskripsi	Siar
20	Senin Jum'at Pukul WIB	rabu 00.00 <i>The world Tonight</i> program acara mengenai rangkaian berita juga informasi nasional dan mancanegara yang menghadirkan perkembangan peristiwa.	CNN Indonesia
			

F. Jenis promo program di media sendiri CNN indonesia

Departemen Promo Program di CNN Indonesia sendiri memiliki beberapa jenis promo, beberapa jenis promo ini bertujuan agar promo yang ada di CNN Indonesia lebih menarik lagi.

“Di CNN indonesia memiliki 3 jenis promo program, Semua Program acara dibuatkan promo, semua acara diupdate promonya 2 minggu sekali, kalau Promo Image Program 1 tahun sekali, iya semua program acara punya promo image sendiri. Kalo Promo Anchor itu dibuat hanya untuk anchor anchor senior yang di berita ringan atau softnews dan memiliki program sendiri (yang mewakilkan dirinya) contoh : Hera F Harin (CNN Indonesia Business) dari kacamata

Perekonomian. Alfian Raharjo (CNN Indonesia Heroes) dari kaca mata sosial”⁹

1. Promo image program.
2. Promo Anchor.
3. Update promo program acara.



⁹ Wawancara dengan Muhamad Adjie ,31 tahun, Produser Promo Program di CNN Indonesia, 8 Juli 2018

BAB III

STRATEGI PROMO PROGRAM DI CNN INDONESIA

A. Metode Promosi

Metode promosi adalah suatu cara tertentu yang digunakan untuk mempromosikan program dan media penyiaran untuk mencapai tujuan promosi. Tidak ada batasan mengenai cara atau metode apa saja yang digunakan untuk melakukan promosi, inilah yang diartikan metode promosi itu sangat luas dan tidak terhalang. Metode promosi yang dilakukan CNN Indonesia ada beberapa macam yaitu :

1. Lewat Media Sendiri :

Metode promosi lewat media sendiri adalah promosi dilakukan distasiun televisi sendiri. Tempat terbaik untuk mempromosikan program acara tentu saja di stasiun sendiri. Semakin banyak cara untuk melakukan promosi semakin besar juga tujuan berpromosi itu berhasil. Beberapa cara yang dilakukan CNN Indonesia berpromosi di media sendiri:

- a. Menampilkan logo mereka agar orang yang melihatnya langsung tahu bahwa itu milik CNN Indonesia.
- b. Memasang logo di tempat tempat tertentu: alat tulis, meja, buku catatan reporter, buku agenda.
- c. Memasang promosi program saat jeda iklan.
- d. Menayangkan bumper logo dalam waktu waktu tertentu.
- e. Menayangkan bumper program acara sebelum tayang

2. *Public Relations*

Public Relations atau sering disingkat PR adalah salah satu cara metode yang digunakan CNN Indonesia untuk mempromosikan Promo programnya. *Public Relations* adalah kegiatan mempromosikan media penyiaran secara langsung kepada masyarakat yang sering disebut *Off-air Production*. Cara PR ini dalam mempromosikan suatu promo bisa melalui media sosial yaitu: akun media sosial Youtube, CNN INDONESIA merupakan *official channel* youtube milik Selain Promo program juga bisa melihat bermacam - macam tayangan berita yang sebelumnya ketinggalan melihat di televisi. Dari jabaran di atas dapat disederhanakan bahwa *Public Relations* adalah salah satu cara atau metode yang digunakan CNN indonesia untuk mempromosikan programnya.

B. Strategi promo program di CNN Indonesia

Promosi program di CNN Indonesia menjadi hal yang sangat penting dan berguna untuk menunjang keberhasilan suatu program acara, maka tidak heran jika di CNN Indonesia memiliki Departemen khusus untuk membuat promo program acara yaitu Departemen promo program. Promo Program dibuat bukan berarti program-program acara yang sudah dibuat CNN Indonesia tidak menarik atau kurang diminati, tetapi karena sekarang ini program televisi semakin banyak jumlahnya dan sangat variatif, untuk itulah strategi promo program dibuat agar audien penasaran melihat program acara yang dibuat, dengan menampilkan cuplikan-cuplikan program tersebut dalam suatu promo program untuk menaikkan rating suatu program acara dan juga meningkatkan iklan yang masuk.

“Promo itu harus mengkampanyekan, harus mengiklankan sebuah stasiun, beserta semua program acaranya yang ada di stasiun televisi itu sendiri dan juga membuat membuat warna tampilan stasiun itu sendiri”¹⁰

1. Perencanaan strategi promo program

Departemen Promo Program di CNN Indonesia berfungsi untuk mengenalkan program program acara yang dibuat oleh CNN Indonesia sendiri dan juga bisa menunjukkan warna tampilan stasiun televisi itu sendiri yang berbeda dari stasiun televisi lain. Departemen ini berada di bawah naungan Divisi *Bussines Strategic*, Departemen Promo Program di CNN Indonesia dipimpin oleh Kepala Departemen atau sering disingkat Kadep, sedangkan Morissan dalam buku *Manajemen Media Penyiaran* menyatakan bahwa bagian promosi dipimpin oleh Manajer Promosi.

Kepala Departemen ini dibantu oleh *section head* untuk mengawasi kinerja dari produser, kreatif, desainer, D.O.P setiap harinya, karena kepala departemen ini sendiri harus bertanggung jawab kepada kepala divisi tentang kegiatan setiap hari yang dilakukan oleh Departemenya sendiri. Strategi promo program di CNN Indonesia ada beberapa macam yang telah disinggung pada BAB sebelumnya. Promo-promo itu yang nantinya membuat *TV station* lebih dikenal orang dan juga program program acaranya yang semakin akan membuat penasaran yang menyaksikan dan juga meningkatkan iklan yang masuk. Strategi promo program di CNN Indonesia ada beberapa macam yang telah di singgung di BAB sebelumnya. Promo-promo itu yang nantinya membuat *TV station* lebih

¹⁰ Wawancara Indah Dani, 38 tahun, Kepala Departemen Promo CNN Indonesia, 10 Juli 2018

dikenal orang dan juga program program acaranya yang akan menarik orang yang melihatnya.

“Untuk strategi sendiri, untuk menarik minat calon pemirsa agar mau menyaksikan program acara yang ada di CNN Sendiri, kita di departemen promo program punya strategi sendiri, tapi kita bicara tentang promo program, bukan media services. Di promo program kita membuat 3 jenis promo yaitu update promo, promo image dan promo Anchor, kita oleh sedemikian rupa agar promo ini nanti bisa menarik minat penonton agar melihat program acara yang kita lihat”¹¹

2. Pelaksanaan

Proses Pembuatan Konten dalam promo program sama halnya dengan proses pembuatan program jenis lain, yakni melalui tiga yakni praproduksi, produksi dan pascaproduksi. Tahapan tersebut dijelaskan pada penjelasan berikut :

1. Praproduksi

Tahap pertama yang dilakukan yaitu Praproduksi merupakan satu tahap persiapan untuk pembuatan suatu promo, pada tahap pra produksi ini bisa disebut sebagai tahap penentuan, mengenai ide, naskah, yang akan menentukan bagaimana proses selanjutnya. Pada tahap inilah pembuatan suatu promo program berbeda beda tergantung dengan karakter sesuai program ataupun *Anchornya*. Jika ide dan naskah sudah siap barulah masuk ke tahap selanjutnya yaitu tahap Produksi. Setiap pembuatan promosi program mempunyai perbedaan di bagian Praproduksi, setiap Program acara mempunyai karakter yang berbeda beda:

¹¹ Wawancara Indah Dani, 38 tahun, Kepala Departemen Promo CNN Indonesia, 10 Juli 2018

a. Program Acara *CNN Good Morning*

Pra produksi program acara *CNN Good Morning* mempunyai karakter berita yang terbaru, terkini dan menyajikan Tips unik dan menarik yang menjadikannya berbeda dari program acara yang lain, maka promosi program harus menunjukkan cuplikan cuplikan gambar atau penekanan kata yang menunjukkan karakter program acara tersebut, misalnya : cuplikan tips membuat suatu makanan atau tips memakai dasi ataupun tips tips yang lain.

b. Program Acara *CNN Indonesia Sport*

Pra produksi pembuatan promo program *CNN Indonesia Sport* mempunyai karakter berita yang terbaru, mengenai informasi olahraga dari dalam dan luar negeri dengan fokus berita terbaru yang disajikan secara lengkap, maka promosi program harus menunjukkan cuplikan cuplikan gambar dengan cabang olahraga yang lengkap, misalnya : cuplikan gambar dari olahraga sepak bola, basket, bulu tangkis, golf, dari dalam dan luar negeri.

c. Program Acara *CNN Indonesia News Desk*

Pra produksi pembuatan promo program *CNN Indonesia News Desk* menyajikan berita terbaru dari dalam dan luar negeri, yang dilengkapi siaran langsung dari tempat kejadian, maka promosi program harus menunjukkan cuplikan - cuplikan gambar dengan berita terbaru dari dalam dan luar negeri dan juga cuplikan reporter saat melaporkan kejadian, misalnya : cuplikan gambar

reporter yang sedang ada ditempat kejadian dari dalam maupun luar negeri, kemudian berita dari dalam dan luar negeri yang sedang terjadi.

d. Program Acara *CNN Indonesia Today*

Pra produksi pembuatan promo program untuk Program Acara *CNN Indonesia Today* menyajikan berita informasi terbaru dan terakurat, sebagai bekal informasi setiap hari, maka promosi program harus menunjukkan cuplikan cuplikan gambar mengenai informasi dengan berita terbaru di Minggu itu, misalnya : cuplikan gambar prakiraan cuaca di suatu tempat, laporan arus kemacetan lalu lintas, penutupan jalan yang berfungsi untuk memberikan bekal informasi setiap harinya.

e. Program Acara *CNN Indonesia After 10*

Pra produksi pembuatan promo program untuk Program Acara *CNN After 10* menyajikan berita informasi yang sedang banyak dibahas di masyarakat, dilengkapi dengan berbagai narasumber mengenai topik yang sedang hangat di perbincangkan, maka promosi program harus menunjukkan cuplikan cuplikan gambar Narasumber, misalnya : cuplikan gambar narasumber yang sedang menjelaskan suatu topik tertentu.

f. Program Acara *CNN Indonesia News Report*

Pra produksi pembuatan promo program untuk Program Acara *CNN Indonesia News Report* menyajikan siaran langsung dari sejumlah peristiwa yang terjadi di hari itu. Didukung dengan berbagai teknologi terbaru, membuat sajian menjadi menarik, maka Promosi program harus menunjukkan cuplikan cuplikan

gambar Narasumber, misalnya : cuplikan gambar reporter yang sedang bertugas melaporkan di kejadian tempat perkara.

g. Program Acara *CNN Indonesia News Room*

Pra produksi pembuatan promo program untuk Program *CNN Indonesia News Room* menyajikan informasi terbaru atas apa yang terjadi di sepanjang hari ini tadi, dilengkapi dengan laporan langsung dari berbagai tempat kejadian di seluruh Indonesia, membuat sajian menjadi menarik, maka Promosi program harus menunjukkan cuplikan cuplikan gambar yang sesuai dengan karakter program acara tersebut.

h. Program Acara *CNN Indonesia Prime news*

Pra produksi pembuatan promo program untuk Program *CNN Indonesia Prime news* menghadirkan topik - topik seputar dunia politik, ekonomi yang tengah menjadi sorotan utama yang dikemas secara lengkap, juga menghadirkan segmen dialog dengan narasumber utama yang memberikan informasi secara akurat dan mendalam membuat sajian menjadi menarik, maka Promosi program harus menunjukkan cuplikan - cuplikan gambar menampilkan Narasumber, berita politik, berita ekonomi sesuai karakter program.

i. Program Acara *CNN Indonesia Insight with Desi Anwar*

Pra produksi pembuatan promo program untuk Program *CNN Indonesia Insight with Desi Anwar* menghadirkan topik dengan lokasi di dalam studio dan langsung dari tempat kejadian. Membicarakan berbagai persoalan, fenomena, dan topik menarik yang tengah menjadi perbincangan di masyarakat dan mendalam membuat sajian menjadi menarik, maka Promosi program harus menunjukkan cuplikan cuplikan gambar bersama Narasumber, misalnya : dialog dengan Bapak Presiden di Istana Negara, dialog bersama Atlet Bulutangkis di dalam studio dan cuplikan mengenai dialog yang lain.

j. Program Acara *CNN Indonesia World Now*

Praproduksi pembuatan promo program untuk Program *CNN Indonesia World Now* informasi internasional terbaru yang dikemas secara berbeda, didukung dengan materi terbaru CNN Internasional dan koresponden CNN Internasional dan mendalam membuat sajian menjadi menarik, maka promosi program harus menunjukkan cuplikan cuplikan gambar berita kusus luar negeri karena program acara ini menampilkan berita mancanegara.

k. Program Acara *CNN Indonesia The World Tonight*

Pra produksi pembuatan promo program untuk Program *CNN Indonesia The World Tonight* menghadirkan perkembangan peristiwa yang terjadi di sepanjang hari. dan mendalam membuat sajian menjadi menarik . maka Promosi

program harus menunjukkan cuplikan - cuplikan gambar berita apa saja yang terjadi di hari atau minggu ini.

j. Program Acara CNN Indonesia *Night News*

Pra produksi pembuatan promo program untuk Program CNN Indonesia *Night News* membahas informasi penting dan menarik dalam satu hari, mulai dari peristiwa politik, kriminal dan update informasi terbaru dan mendalam membuat sajian menjadi menarik, maka Promosi program Program CNN Indonesia *Night News* harus menunjukkan cuplikan - cuplikan gambar berita politik, kriminal semua cuplikan harus ada gambar sesuai berita yang disampaikan.

k. Program Acara *Inside Indonesia*

Pra produksi pembuatan promo program untuk Program *Inside Indonesia* keindahan dan keunikan Indonesia. Tema yang diangkat beragam, seperti kebudayaan, keindahan alam, gaya hidup, interaksi sosial manusia dan kesenian tradisional, maka Promosi program *Inside Indonesia* harus menunjukkan cuplikan cuplikan gambar seputar kebudayaan, ataupun gaya hidup maupun kebudayaan.

l. Program Acara CNN Indonesia *Business*

Pra produksi pembuatan promo program untuk Program CNN Indonesia *Bussines* menampilkan karakter sesuai program acara CNN Indonesia *Business* yaitu menunjukkan cuplikan - cuplikan gambar seputar perekonomian dan Bisnis yang sedang terjadi di Indonesia maupun luar negeri, misalnya: harga properti yang sedang menurun, pengusaha yang sedang hangat diperbincangkan, pertumbuhan Ekonomi yang berhubungan ekonomi dan bisnis.

m. Program Acara *Showbiz News*

Praproduksi pembuatan promo program untuk Program *Showbiz News* menghadirkan berita - berita hiburan dalam dan luar negeri, dilengkapi dengan segmen khusus wawancara dengan artis, sutradara, dan para pelaku dunia hiburan. Promo program program acara *Showbiz News* juga harus menunjukkan cuplikan cuplikan gambar seputar dunia hiburan. Misalnya wawancara dengan Sutradara film yang sedang naik daun.

n. Program Acara *CNN Indonesia Heroes*

Praproduksi pembuatan promo program untuk program *CNN Indonesia Heroes* yang mengangkat sosok-sosok yang melakukan banyak hal untuk menjadi berguna bagi sesamanya. Promo program acara *CNN Indonesia Heroes* juga harus menunjukkan cuplikan-cuplikan gambar seorang pahlawan yang berada di lingkungannya yang menginspirasi orang lain, misalnya seseorang yang membuat jembatan untuk desanya, atau seorang yang menemukan sumber air yang dialirkan di desanya.

o. Program Acara *Bisnis Anak Muda*

Praproduksi pembuatan promo program untuk Program *Bisnis Anak Muda* mengangkat kisah sukses anak-anak muda yang mampu berpikir dan sukses di usia muda. Promo program-program acara *Bisnis Anak Muda* juga harus menunjukkan cuplikan - cuplikan gambar kesuksesan seseorang dengan Usahanya.

p. Program Acara Viral

Pra produksi pembuatan promo program *Viral* menyajikan berita yang sedang diperbincangkan oleh netizen disertai dengan fakta-fakta yang ada di media sosial. Promo program *program acara Viral* juga harus menunjukkan cuplikan - cuplikan gambar mengenai berita yang sedang hangat diperbincangkan di media sosial.

q. Program Acara CNN Indonesia Connected

Pra produksi pembuatan promo program *CNN Indonesia Connected* yang menyajikan berita yang sedang ramai diperbincangkan dengan mendalam. Promo program *acara CNN Indonesia Connected* juga harus menunjukkan cuplikan-cuplikan gambar yang sedang ramai atau sedang Hitz di medsos.

r. Program Acara CNN Indonesia Tech News

Pra produksi pembuatan promo program *CNN Indonesia Tech News* yang menyajikan berita mengenai teknologi penuh dengan informasi. Promo program *program CNN Indonesia Tech News* juga harus menunjukkan cuplikan-cuplikan gambar yang menayangkan temuan-temuan teknologi terbaru yang sedang berkembang di dunia.

2. Produksi

Proses praproduksi sudah selesai artinya kita bisa melanjutkan ke tahap selanjutnya yaitu proses produksi, proses dimana gambar akan diambil dari bentuk naskah ke bentuk audiovisual, di sini tugas masing - masing kru bekerja sesuai dengan kemampuannya. Proses produksi di sini harus maksimal sesuai dengan naskah yang sudah di rancang di tahap sebelumnya, karena keberhasilan suatu promo tergantung menarik atau tidaknya gambar dan pesan yang ingin disampaikan.

3. PascaProduksi

Proses Praproduksi dan Produksi selesai tugas dan tahapan yang harus dilalui yaitu tahap Pasca Produksi penggabungan antara Audio, Visual dan Desain Grafis diolah menjadi satu kesatuan yang *Balance* dan Menarik untuk dilihat, serta jelas dan bahasa yang digunakan tidak membingungkan.

“promo itu ibaratnya baju, jadi dalam sebuah stasiun yang membuat warna, tampilan dalam sebuah stasiun televisi itu adalah promo, kita departemen promo juga menjaga tampilan promo atau look promonya tiap tahun itu dijaga dengan grafisnya, kita ada yang namanya *endpages*, Cnn itu punya *endpages* yaitu informasi akhir tentang *timeended* dan disitu ada *anchornya* atau tidak di *endpages*. Setiap stasiun punya grafis, animasi yang berbeda beda itu ibaratnya baju. kaya misalnya mau pakai *jumpsuit* mau pakai jilbab atau tidak yaitu yang membedakan ya orang promo, makanya promo itu hadir pertama kali untuk mempromosikan atau mengiklankan semua program yang ada di stasiun itu sendiri, kaya contohnya transtv punya bioskop transtv dia punya animasi sendiri ya itu bajunya dia, CNN karena tv berita dan dia *colaborasi* dengan CNN Internasional jadi dia tidak boleh bergeser grafisnya sama yang internasional, logo merah background putih atau

warna turunan *corporate colour* yang Cnn Internasional hitam putih dan abu abu.”¹²

Pada tahap inilah suatu promo dapat dikontrol mulai dari Audio, warna yang akan membuat semakin menarik menyesuaikan juga sesuai CNN Internasional karena bekerja sama dengan CNN Internasional, yang menjadikan CNN Indonesia semakin menarik untuk ditonton.

3. Sistem evaluasi departemen promo program di CNN Indonesia

Sistem evaluasi promo program di CNN Indonesia dilakukan sebelum sebuah promo program tayang di Televisi, dengan menyesuaikan aturan aturan dan ketentuan yang sudah dijelaskan di P3/SPS dalam Komisi Penyiaran Indonesia apa yang tidak boleh ditayangkan, pada dasarnya semua evaluasi dari beberapa jenis program sama dilakukan rutin sebulan sekali. Evaluasi ini diharapkan promo-promo yang dibuat akan lebih menarik, kreatif dan juga tidak melanggar aturan yang ditetapkan oleh KPI, karena jika menayangkan suatu promo dengan melanggar aturan KPI tentu Televisi CNN Indonesia akan mendapat teguran, citra dari CNN Indonesia juga akan turun yang berdampak dapat mengurangi orang melihat atau mau menonton CNN Indonesia sendiri.

“*Basicly*, kita evaluasinya sama jadi kita punya yang namanya quality control itu dilakukan oleh produser dan saya kepala departemen. Kebaharuan berita juga ya, maksudnya mana yang cepat di tayangkan atau tidak. Bahwa sebelum tayang promo itu semua harus di chek apakah menyimpang dari aturan KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) atau tidak. Kaya misalnya hal hal yan berbau darah darah, senjata yang di todongkan ke lensa kan semua itu gak boleh. Aturanya

¹² Wawancara Indah Dani, 38 tahun, Kepala Departemen Promo CNN Indonesia, 10 Juli 2018

jelas kata kata kasar juga tidak boleh. Kan kita kadang dari lapangan materi mentah langsung masuk ke kita kalau produser gak let dan tayang begitu saja dengan kata kata yang tidak sesuai, teriak kata kotor keluar di Televisi atau darah yang seperti kemaren bom surabaya pecahan daging , kepala, tangan itu wajib blur atau malah sama sekali gak tayang”¹³

Departemen promo program di CNN Indonesia sendiri mempunyai target yaitu untuk membuat publik tahu Stasiun televisi CNN Indonesia, tahu program acara yang ada di CNN Indonesia dan juga mengenalkan anchornya lewat sebuah promo agar lebih percaya mengenai berita yang disampaikan memang jujur, adil dan berkualitas, seperti visi misi CNN Indonesia. Jika orang sudah percaya dengan pembawa beritanya maka otomatis orang juga akan menonton berita yang dibawakannya, untuk itulah promo anchor ini juga dibuat dan menjadi salah satu strategi promo juga di CNN Indonesia.

“Kita Pengen membuat publik tahu ada CNN Indonesia,tahu program acara yang ada di CNN Indonesia bagus bagus, tahu *anchor* yang ada di CNN Indonesia keren keren, ujung ujungnya menggerakkan publik untuk menggerakkan penonton agar mau menonton dan menjadi penonton tetap”¹⁴

Indikator adanya suatu promo program adalah meningkatkan rating program acara karena setiap promo yang dibuat dalam program acara akan membuat penasaran penonton seperti apa isi program acara yang dipromosikan. CNN Indonesia mempunyai program acara *Insight With Desi Anwar* sebagai program acara yang mempunyai hasil rating tertinggi di CNN Indonesia dan juga menarik minat pemasang iklan agar mau beriklan, dengan adanya iklan yang

¹³ Wawancara Indah Dani, 38 tahun, Kepala Departemen Promo CNN Indonesia, 10 Juli 2018

¹⁴ Wawancara Indah Dani, 38 tahun, Kepala Departemen Promo CNN Indonesia, 10 Juli 2018

masuk berarti akan menguntungkan untuk stasiun televisi itu sendiri, di CNN sendiri ada beberapa produk yang beriklan dan dibuatkan iklan di CNN Indonesia diantaranya :

- a. Thomson
- b. Indomie
- c. Tolak Angin Sido Muncul
- d. Bank BJB
- e. OPPO *Smartphone*

Selain membuat dan mengupdate promo program departemen promo program juga membuat promo TV station, Filler hari besar, filler hari raya yang fungsinya juga mengenalkan ke masyarakat tentang stasiun TV CNN Indonesia beserta programnya agar lebih dikenal oleh masyarakat luas, *brand image* yang dibangun dalam promo ini menampilkan hasil yang menarik kreatif, kualitas gambar promo yang dihasilkan juga bagus, tematik, anchor yang menarik.

1. Update Promo Program

Promo jenis ini menggunakan cuplikan gambar berita atau video yang disusun menjadi suatu kesatuan dalam 1 *sequence* yang berdurasi 30 detik dan juga menggunakan bantuan VO (*Voice Over*) untuk lebih menjelaskan tentang program acara tersebut biasanya suara VO dalam sebuah stasiun televisi tidak pernah ganti-ganti karena akan menjadi ciri khas stasiun televisi itu sendiri.

“Memang untuk VO (*Voice over*) kita hanya satu saja yang kita gunakan dan tidak pernah ganti, karena VO ini sebagai salah satu identitas sendiri di sebuah stasiun televisi khususnya CNN, jadi kalau ada orang menonton televisi

mendengar suara Voice Over kita dia bisa mengetahui bahwa itu stasiun televisi kita seperti itu”¹⁵

Cuplikan-cuplikan gambar didapat dari bank data yang sudah ada di *line* komputer produser, yang dihasilkan dari para jurnalis yang bekerja di lapangan, jadi produser tinggal mengambil cuplikan - cuplikan gambar yang sudah ada di komputernya kemudian menyusun menjadi satu kesatuan yang *balance*, cuplikan-cuplikan gambar itu yang nantinya akan disajikan di program acara tersebut dengan durasi 30s, yang dimaksud mengupdate di sini adalah mengganti cuplikan-cuplikan gambar atau video sesuai dengan berita - berita terbaru yang sedang ditayangkan (pembaharuan). Update sendiri dibagi menjadi 2, yaitu generik untuk program berita dan episodik untuk program acara yang mempunyai episode tertentu misalnya program feature. Pada (gambar 4) berita mengenai pertumbuhan ekonomi di Indonesia di tahun 2016 mencapai Rp .3.2168 Triliun. Adanya suatu update ini seseorang bisa melihat perkembangan pembaharuan berita sebelum menonton program acaranya dan juga memperkuat karena terbukti bahwa promo - promo itu menentukan orang untuk menonton berdasarkan tahapan, namun juga efektif sampai orang mau bergerak untuk mengambil remote TV dan melihat CNN Indonesia.

¹⁵ Wawancara Indah Dani, 38 tahun, Kepala Departemen promo CNN Indonesia, 10 Juli 2018



Gambar 4. *Screen capture Update Promo program*

Gambar di atas adalah contoh video *Update Promo Program* acara *CNN Indonesia Business* yaitu salah satu program acara di CNN Indonesia yang menampilkan berita mengenai ekonomi dan bisnis. Bagaimana sebelum menyaksikan berita apa yang nantinya akan disajikan, sudah bisa melihat cuplikan gambar untuk mengetahuinya terlebih dahulu, ketika sudah menyaksikan update promo program tersebut. Biasanya *update* promo program acara di stasiun CNN Indonesia dilakukan pergantian gambar setelah 2 minggu sekali untuk memperbaharui sesuai berita yang sedang terjadi, agar berita yang baru tidak menumpuk dan segera dapat disampaikan dimasyarakat agar mengetahui perkembangan berita yang sedang terjadi. Update promo program ini dibuat oleh produser promo program, produser promo program diharuskan mengupdate perkembangan berita ataupun cuplikan berita sesuai jadwal yang sudah ditentukan, kemudian sebelum update itu ditayangkan update promo harus dilihat dan dievaluasi oleh Kepala Departemen sendiri apakah sesuai dengan program acaranya atau belum dan juga melanggar kode etik KPI atau tidak. Setiap

produser promo program mendapatkan jatah yang sama rata untuk mengupdate berita, mulai dari berita Softnews maupun berita Hardnews.

“Untuk update promo sendiri biasanya kita lakukan 2 minggu sekali paling lambat, karena keterbatasan SDM hanya mempunyai beberapa produser dan program acara yang cukup banyak ada 20 an program acara, kalau bisa malah 3 hari selalu kita update agar berita terbaru tidak menumpuk tapi memang keterbatasan SDM yang membatasi, untuk produser update promo program semua kita bagi rata dari program acara *HardNews* dan *Softnews* selalu bergantian mengupdate program acara yang dimiliki”¹⁶.

Banyaknya program acara yang dimiliki CNN Indonesia maka update promo program biasaya dibagi rata oleh produser yang ada, semuanya selalu bergantian mendapat jatah mengupdate promo program, CNN Indonesia sendiri ada 4 ruang untuk mengupdate sebuah promo program dan 2 ruang grafis yang berada dilantai 3 gedung Transmedia.

2. *Promo Image Program*

Promo image program adalah sebuah promosi menggunakan konten audio visual dengan durasi pendek yang menunjukkan karakter suatu program acara tertentu. Promo image program ini dibuat agar penonton tahu tentang program acara yang akan dilihat tanpa menyaksikan program acara yang sebelumnya pernah dilihat, juga berfungsi untuk menarik audien dan mengingatkan audien tentang hari dan jam tayang program acara yang dipromokan. Adanya Promo image program diharapkan mampu menarik dan mengundang khalayak untuk

¹⁶ Wawancara Indah Dani, 38 tahun, Kepala Departemen Promo CNN Indonesia, 10 Juli 2018

mengetahui tentang isi program acara yang akan dilihatnya melalui sebuah promo image program.

Promo image program ini sendiri berisi tentang penjelasan program itu sendiri, menekankan kata-kata yang menjadi ciri-ciri program tersebut, contoh : INFORMASI INSPIRATIF (gambar 5) dan juga menggunakan *anchor* atau pembawa berita program acara tersebut untuk menjadi *talent promo image program* yang dibuat orang juga tahu siapa pembawa berita acara tersebut yang nantinya akan khalayak lihat, selain itu juga menampilkan hari dan jam tayang yang terdapat di paling akhir suatu *promo image program*.

“Sebenarnya promo image sendiri ini kreatifitas seorang produser dan Kreatif melihat sebuah program acara lewat sudut pandangnya, mengenai program acaranya mengarah kemana, tentang apa sesuai karakter program acaranya. Promo image program sendiri diharapkan mampu mengenalkan program acara mengajak publik untuk mau menonton program acara yang dibuat CNN sendiri”¹⁷



Gambar 5. *Promo Image Program Good Morning*

¹⁷ Wawancara Indah dani, 38 tahun, Kepala Departemen Promo CNN Indonesia, 10 Juli 2018

Program acara di CNN Indonesia sendiri hampir semua program acaranya sudah dibuatkan promo image program untuk menunjang keberhasilan suatu program acara. Promo image program di CNN Indonesia sendiri dihasilkan dari seorang produser dengan melihat program acara dengan sudut pandang dan kreatifitas yang berbeda, tentang sebuah program acara itu sendiri.

3. *Promo Anchor*

Suatu promo menggunakan konten audio visual dengan durasi pendek yang menunjukkan karakter pembawa berita atau *Anchor* sesuai dengan karakter program acara yang dibawakannya. Fungsi dengan adanya *Promo Anchor* ini diharapkan penonton akan lebih mengetahui mengenai isi tentang Program acara yang dibawakan setelah melihat Pembawa berita tersebut dan juga orang akan lebih percaya dengan pembawa berita sesuai dengan karakter pembawa acara berita, Jika orang yang melihat program berita sudah percaya dengan *Anchornya* maka orang yang menonton program acara yang dibawakannya dan juga akan percaya dengan berita yang akan disampaikan pembawa acara tersebut.

“Promo anchor sendiri kita buat untuk lebih meyakinkan ke publik bahwa berita yang kita sampaikan berimbang dan netral juga terperaya seperti visi dan misi CNN, tidak memihak yang satu dan yang lainnya, makanya salah satu strategi promo kita buat promo anchor ini, promo anchor ini kan seperti gawang ya, orang bisa mempercayai berita karena Anchornya. Misalnya Hera di berita ekonomi bisnis, atau alfian raharjo di sosialnya atau pun andra di cnn indonesia sport walaupun sudah resign ya, andra sendiri kan memang dia pembalap ya, makanya orang bisa lebih percaya saat andra menjadi anchor di cnn indonesia sport, sekarang bayangkan kalau andra seorang pembalap kita taruh di bisnis, dan hera kita taruh di sport, apakah tidak terlihat

aneh? Makanya kita buat promo anchor ini sesuai dirinya dan mempunyai program acara sendiri”¹⁸

Promo anchor ini berisi tentang cuplikan keseharian Pembawa berita sesuai karakter dan sesuai program acara yang dibawakannya, misalnya : menyaksikan program acara yang belum mengerti isinya tentang apa, dengan melihat *promo anchor* sebelumnya, khalayak akan mengetahui isi program yang akan dibawakan oleh pembawa berita atau *anchor* tersebut.

Gambar di bawah adalah *screen capture* salah satu video *promo anchor* dari pembawa berita Hera F. Haryani, pembawa berita dalam program acara *Business* di CNN Indonesia yang sebagian besar membahas tentang perekonomian di Indonesia, dibuatkan *promo anchor* tentang karakter dirinya di dunia bisnis dan ekonomi, diharapkan agar nantinya khalayak yang melihat program acara dengan pembawa beritanya adalah Hera F. Haryani, bisa langsung mengetahui berita yang dibawakan tidak jauh dari ekonomi dan bisnis yang sedang terjadi



Gambar 6. *Screen capture* Promo Anchor Hera F. Haryani

¹⁸ Wawancara Indah Dani, 38 tahun, Kepala Departemen Promo CNN Indonesia, 10 Juli 2018

Promo Anchor biasanya menampilkan atau membacakan sebuah pesan yang mewakili dirinya dan program yang dibawakannya, seperti (gambar 8) yang menampilkan tulisan “*Bangsa pemenang adalah bangsa yang solid mengkaji dan merajai ekonomi. Ekonomi adalah akar peradaban kemenangan*” Tulisan ini biasanya dibuat sendiri oleh *anchor* tersebut untuk mewakili karakter dirinya dan juga program acara yang dimilikinya, biasanya tulisan ini diletakkan dibagian akhir dari promo *anchor*. Selain menampilkan kata kata yang menjadikanya ciri *Anchor* tersebut terdapat juga dalam promo *anchor* yaitu polesan desain grafis yang sesuai dengan temanya untuk lebih menghiasi *Promo Anchor* yang dibuat agar lebih menarik. Promo *anchor* di CNN Indonesia belum semuanya dibuatkan karena harus menyesuaikan *anchor* dengan program acaranya tapi untuk program softnews semua akan dibuatkan promo *anchor*.

“Jadi untuk mengupdate promo anchor sendiri kita belum sampai kesana, karena kan, belum semua program acara softnews yang dibuatkan promo anchor ini, kita fokus dulu untuk membuatkan promo anchornya, yang jelas promo anchor ini akan lebih lama dipakai”¹⁹

Beberapa paparan di atas dapat disimpulkan bahwa *Promo Anchor* adalah suatu karakter yang menjadikan seseorang memiliki ciri khas untuk membahas atau membawakan berita tertentu, misalnya : perkonomian sosial, dan lainnya disuatu program acara tertentu di stasiun televisi CNN Indonesia. Promo *anchor* program ini belum semuanya dibuat

¹⁹ Wawancara Indah Dani, 38 tahun, Kepala Departemen Promo CNN Indonesia, 10 Juli 2018

Indikator adanya update promo, image promo, promo anchor bisa kita lihat dari tabel dibawah ini :

Tabel.3 Strategi dan Indikator adanya promo program

	update promo program	Image promo Program	promo anchor
Strategi	1. Diupdate selama 2 minggu sekali. 2. Berdurasi pendek hanya 30s. 3. Cuplikan berita yang di tayangkan di sesuaikan dengan program acara yang ditampilkan. 4. Promo tidak boleh menyimpang dari apa yang sudah di tetapkan oleh KPI	1. Diupdate selama 1 tahun sekali. 2. Berdurasi 60s. 3. Menampilkan <i>anchor</i> program acara yang dipromokan. 4. Menampilkan karakter program acara yang di promokan. 5. Menampilkan jam hari tempat tayang 6. Promo tidak boleh menyimpang dari apa yang sudah di tetapkan oleh KPI	1. Berdurasi 60s. 2. Grafis yang mendukung. 3. Menampilkan karakter <i>anchor</i> sesuai jenis berita yang ditayangkan. 4. Background promo anchor sesuai karakter dari si <i>anchor</i> tersebut. 5. Promo tidak boleh menyimpang dari apa yang sudah di tetapkan oleh KPI
Indikator	Mempengaruhi orang untuk menarik dan melihat program acara yang dibuat, lewat cuplikan berita berita yang disampaikan.	Memberitahukan dan mengajak orang untuk melihat program acara, lewat cuplikan video menarik dan mengingatkan penonton tentang jam hari tayang.	Mengenalkan dan Membujuk orang agar lebih percaya kepada <i>anchor</i> dalam menyampaikan berita sesuai bidangnya.

Promosi program di CNN Indonesia dibagi berdasarkan format program acaranya, di bawah ini tabel pembagian promo program acara di CNN Indonesia:

Tabel 4. Pembagian promo program berdasarkan jenis berita

Hard News	SoftNews
Update Promo program	Update promo program
Image program acara	Image program
	Promo Anchor

C. Format Program acara di CNN Indonesia

CNN Indonesia berfokus pada TV berita baik dalam maupun luar negeri. CNN ini sendiri ada 20 Program acara yang disajikan kepada khalayak, Program acara ini dibedakan menjadi *softnews* dan *hardnews*, dengan mengacu pernyataan dari Morissan, maka program acara yang ada di CNN Indonesia dapat dibagi menjadi 2 yaitu program acara dengan format *HardNews* dan *SoftNews* di bawah ini tabel pembagian program acara berdasarkan format program acaranya :

1. Program acara *Hardnews*

a. CNN Indonesia *Today*



Gambar 7. Program acara *CNN Indonesia Today*

CNN Indonesia *Today* merupakan salah satu program yang menyajikan informasi terbaru dan terakurat, sebagai bekal informasi setiap hari, terdiri dari segmen berita terbaru, segmen ekonomi dan bisnis, dan segmen olahraga. Laporan cuaca dan suasana arus lalu lintas dari berbagai daerah di Indonesia disiarkan dalam program ini. Selain itu dilengkapi juga dengan siaran langsung dari berbagai wilayah di Indonesia mengenai berbagai peristiwa hangat yang tengah terjadi.

CNN Indonesia *Today* termasuk dalam format program acara *Hardnews* karena dilengkapi dengan siaran langsung, juga menampilkan berita-berita terbaru terakurat sebagai informasi setiap hari. CNN Indonesia *Today* terdapat beberapa promo program antara lain:

Promo Program di CNN Indonesia Today :

a. Promo Image Program

Promo Image pada program acara CNN Indonesia *Today* berisi tentang penjelasan mengenai program berita yang diangkat yang mengedepankan kepercayaan, berita yang penting juga menarik untuk disimak. menekankan kata-kata yang menjadi ciri-ciri program acara, yaitu “Akurat”, “Tepat” dan “Berkualitas”

b. Update Promo Program

Update Promo Program CNN Indonesia *Today* berfokus pada cuplikan-cuplikan gambar mengenai hal yang terjadi di hari ini, misalnya kemacetan di jalan, laporan cuaca yang akan memberi pertimbangan untuk khalayak dalam beraktifitas.

b. CNN Indonesia News Desk



Gambar 8. Program acara CNN Indonesia *NewsDesk*

Program acara *CNN Indonesia NewsDesk* ini menyajikan berita terbaru dari dalam dan luar negeri. Tentunya di lengkapi juga dengan laporan langsung dari tempat kejadian. Berikut Promo Program di *CNN Indonesia News Desk* :

a. Promo Image Program

Promo Image pada program acara *CNN Indonesia News Desk* menampilkan cuplikan berita dari dalam dan luar negeri yang dimana akan menjadi sebuah ciri untuk program acara itu sendiri dengan menggunakan *Anchor* dalam pembuatan Promo Image Program.

b. Update Promo Program

Update Promo Program *CNN Indonesia News Desk* berfokus pada cuplikan-cuplikan gambar mengenai hal yang terjadi di dalam maupun luar negeri, misalnya ledakan bom, kejadian kriminalitas dan juga berita-berita yang menarik itulah yang nantinya dipilih dan dijadikan update program acara *CNN Indonesia News Desk* agar khalayak semakin tertarik untuk menyaksikan program acara ini.

c. *Good Morning*



Gambar 9. Program acara CNN Indonesia *Good Morning*

Program acara ini menyajikan berbagai informasi terbaru dari program berita yang juga ditayangkan di Trans TV, dilengkapi dengan siaran langsung dari berbagai tempat di Indonesia, dan dialog komprehensif mengenai fenomena yang tengah jadi pembicaraan. Program *Good Morning* mempunyai promosi promo program antara lain :

a. Promo Image Program

Promo Image pada program acara CNN Indonesia *Good Morning* berisi tentang penjelasan mengenai program berita yang sedang hangat terjadi dimasyarakat, juga tips unik dan menarik, Promo Image Program dalam Program Acara CNN Indonesia *Good Morning* menekankan kata “Berita Terkini” dan Juga “Informasi Inspiratif” yang menjadi karakter program acara tersebut.

b. *Update Promo Program*

Update Promo Program Indonesia *Good Morning* berfokus pada cuplikan-cuplikan berita terkini yang sedang terjadi, juga menyuguhkan beragam tips unik dan menarik, seperti cara memasak menggunakan bahan baku ikan Salmon. Tips menggunakan syal, memberikan solusi membersihkan jam tangan yang berdebu, juga berita-berita menarik yang nantinya dipilih dan dijadikan update program acara CNN Indonesia *Good Morning*.

d. *After 10*



Gambar 10 . Program acara CNN Indonesia *After 10*

Program acara yang berisi berbagai informasi yang sedang banyak dibahas di masyarakat, dilengkapi dengan berbagai narasumber mengenai topik yang sedang hangat diperbincangkan.

Jenis Promo program acara *after10*

a. *Promo Image Program*

Promo Image pada program acara *After 10* di CNN Indonesia berisi tentang penjelasan mengenai program berita yang sedang banyak diperbincangkan, Promo Image Program dalam Program *After 10* di CNN Indonesia menekankan kata

“Bukan Sekedar Informasi tetapi Juga Menginspirasi” dan juga “Update Kabar Terkini” yang menjadi karakter program acara tersebut.

c. Update Promo Program

Update Promo Program *After 10* berfokus pada cuplikan-cuplikan berita terkini yang sedang terjadi juga menginspirasi untuk khalayak yang melihatnya. Misalnya Raihan medali emas yang didapatkan oleh atlet Indonesia di mancanegara, tanggap bencana, kejuaraan lomba tertentu juga berita berita menarik yang nantinya dipilih dan dijadikan untuk update program acara *After 10* di CNN Indonesia.

e. **CNN Indonesia News Report**



Gambar 11. Program acara CNN Indonesia *News Report*

Program berita berisi berbagai siaran langsung dari sejumlah peristiwa yang terjadi di hari itu, didukung dengan berbagai teknologi terbaru membuat sajian menjadi menarik. CNN Indonesia *News Report* mempunyai promosi promo program antara lain:

a. Promo Image Program

Promo Image pada program acara CNN Indonesia *News Report* berisi tentang penjelasan mengenai program berita yang disiarkan secara langsung kejadian hari itu, Promo Image Program dalam Program CNN Indonesia *News Report* menekankan kata “Terkini” dan “didukung Teknologi Mutakhir” yang menjadi karakter program acara tersebut.

b. Update Promo Program

Update Promo Program CNN Indonesia *News Report* berfokus pada cuplikan-cuplikan yang sedang terjadi di hari itu dan menampilkan cuplikan reporter yang sedang bertugas di tempat kejadian. Misalnya seperti reporter CNN Indonesia yang sedang melaporkan kejadian di tempat perkara, kemudian juga berita-berita yang menarik yang nantinya dipilih dan dijadikan untuk Update program acara CNN Indonesia *News Report*.

f. **CNN Indonesia News Room**



Gambar 12. Program acara CNN Indonesia *News Room*

Program berita yang menayangkan informasi terbaru mengenai apa yang terjadi di sepanjang hari ini, dilengkapi dengan laporan langsung dari berbagai tempat kejadian di seluruh Indonesia. *CNN Indonesia News Room* mempunyai promosi promo program antara lain:

a. Promo Image Program

Promo Image pada program acara *CNN Indonesia News Room* berisi tentang penjelasan mengenai program berita yang mengedepankan Politik, Bisnis, Ekonomi yang dirangkum secara detail. Promo Image Program dalam Program *CNN Indonesia News Room* menekankan kata “Terpercaya” dan “Berkualitas” yang menjadi karakter program acara tersebut.

b. Update Promo Program

Update Promo Program *CNN Indonesia News Room* berfokus pada cuplikan-cuplikan yang sedang terjadi di dalam maupun luar negeri yang menampilkan berita mengenai Politik Bisnis dan Ekonomi, kemudian juga berita berita yang menarik yang nantinya dipilih dan dijadikan untuk Update program acara *CNN Indonesia News Room*

g. CNN Indonesia Prime News



Gambar 13. Program acara *CNN Indonesia Prime News*

Program berita utama yang dimiliki CNN Indonesia yang menghadirkan topik-topik seputar dunia politik, ekonomi yang tengah menjadi sorotan utama yang dikemas secara lengkap, juga menghadirkan segmen dialog dengan narasumber utama yang memberikan informasi secara akurat dan mendalam. *CNN Indonesia Prime news* mempunyai promosi program antara lain:

a. Promo Image Program

Promo Image pada program acara CNN Indonesia *Prime news* berisi tentang penjelasan mengenai program berita yang mengedepankan Politik, Ekonomi yang dirangkum secara detail dan mendalam. Promo Image Program dalam Program CNN Indonesia *Prime News* menekankan kata “Tuntas” dan “Mendalam” yang menjadi karakter program acara tersebut.

b. Update Promo Program

Update Promo Program CNN Indonesia *Prime News* berfokus pada cuplikan-cuplikan yang sedang terjadi di dalam negeri yang menampilkan berita mengenai Politik dan Ekonomi secara mendalam, misalnya, operasi tangkap tangan yang dilakukan pejabat, dugaan suap yang dilakukan oleh Pejabat Tinggi Negeri, kemudian juga berita-berita yang menarik yang nantinya dipilih dan dijadikan untuk Update program acara CNN Indonesia *Prime News*.

h. *Insight with Desi Anwar*



Gambar 14. Program acara *Insight with Desi Anwar*

Program berita dialog khusus yang dipandu pembawa berita senior Desi Anwar, dengan lokasi di dalam studio dan langsung dari tempat kejadian. Program yang membicarakan berbagai persoalan, fenomena, dan topik menarik yang tengah menjadi perbincangan di masyarakat. Membahas cerita dibalik berita, juga menghadirkan narasumber utama setingkat Presiden dan Menteri dari dalam dan luar negeri yang memberikan perspektif lengkap dalam menghadapi persoalan. *CNN Indonesia Insight with Desi Anwar* mempunyai Promosi Promo Program antara lain:

a. Promo Image Program

Promo Image pada program acara CNN Indonesia *Insight With Desi Anwar* berisi tentang masalah masalah yang sedang terjadi yang akan dibahas langsung dan kemudian dirangkum secara detail. Promo Image Program dalam Program CNN Indonesia *Insight with Desi Anwar* menekankan kata “Gali

Kebenaran di balik Cerita“ dan “Narasumber yang terpercaya” yang menjadi karakter program acara tersebut.

b. Update Promo Program

Update Promo Program CNN Indonesia *Insight with Desi Anwar* berfokus wawancara secara Eksklusif terhadap Narasumber ternama setingkat Presiden, cuplikan-cuplikan gambar yang diambil misalnya, wawancara terhadap Presiden, wawancara terhadap Pejabat Tinggi Negeri, Atlet Indonesia yang berprestasi juga berita-berita yang menarik yang nantinya dipilih dan dijadikan untuk update program acara CNN Indonesia *Insight with Desi Anwar*.

i. *World Now*



Gambar 15. Program acara *World Now*

Program berita mengenai informasi internasional terbaru yang dikemas secara berbeda, didukung dengan materi terbaru CNN Internasional dan Koresponden CNN Internasional. *World Now* mempunyai promosi promo program antara lain :

a. Promo Image Program

Promo Image pada program acara CNN Indonesia *World Now* tentang masalah masalah yang sedang terjadi di luar Negeri yang akan dibahas mendalam dan kemudian dirangkum secara detail. Promo Image Program dalam Program CNN Indonesia *World Now* menekankan kata “Membuka Cakrawala Pengetahuan di dunia “dan “Mendalam” yang menjadi karakter program acara tersebut.

b. Update Promo Program

Update Promo Program CNN Indonesia pada program acara *World Now* berfokus terhadap berita luar negeri yang sedang terjadi yang sampai saat ini masih menjadi perbincangan, cuplikan-cuplikan gambar yang diambil untuk mengupdate promo program acara *CNN Indonesia World Now* ini misalnya, Perang saudara di Suriah, dugaan serangan di Jerman juga berita berita yang menarik yang nantinya dipilih dan dijadikan untuk Update Program acara CNN Indonesia *World Now*.

s. *The World Tonight*



Gambar 16. Program acara *The World Tonight*

Program acara mengenai rangkaian berita juga informasi nasional dan mancanegara yang menghadirkan perkembangan peristiwa yang terjadi di sepanjang hari. *The World Tonight* mempunyai promosi promo program antara lain:

a. Promo Image Program

Promo image pada program acara CNN Indonesia *The World Tonight* tentang sosial, politik, ekonomi dan hiburan, dirangkum menjadi satu. promo image Program dalam Program CNN Indonesia *The World Tonight* menekankan kata “Terkini dari dalam dan luar negeri” yang menjadi karakter program acara tersebut.

b. Update Promo Program

Update Promo Program CNN Indonesia pada program acara *The World Tonight* berfokus terhadap berita dalam dan luar negeri mengenai Hiburan, politik, ekonomi. Cuplikan-cuplikan gambar yang diambil untuk mengupdate promo program acara CNN Indonesia *The World Tonight* ini,

misalnya tokoh politik, kejadian alam juga berita-berita yang menarik yang nantinya dipilih dan dijadikan untuk update program acara CNN Indonesia *The World Tonight*.

t. CNN Indonesia *Night News*



Gambar 17. Program acara *Night News*

Program acara yang membahas informasi penting dan menarik dalam satu hari, mulai dari peristiwa politik, kriminal dan update informasi terbaru. CNN Indonesia *Night News* mempunyai promosi program antara lain:

a. Promo Image Program

Promo image pada program acara CNN Indonesia *Night News* tentang peristiwa politik, kriminal. Promo image program dalam Program CNN Indonesia *Night News* menekankan kata “Menambah Informasi” dan “Berita Berkualitas” yang menjadi karakter program acara CNN Indonesia *Night News*.

b. Update Promo Program

Update promo program CNN Indonesia pada program acara *Night News* berfokus terhadap berita dalam dan luar. Program CNN Indonesia *Night News* ini mengambil cuplikan-cuplikan berita misalnya kriminalitas, kejadian alam juga

berita - berita yang menarik yang nantinya dipilih dan dijadikan untuk update program acara CNN Indonesia *Night News*.

2. Program Acara yang *Soft News* :

a. *Inside Indonesia*



Gambar 18. Program Acara *Inside Indonesia*

Program acara *feature* yang menampilkan keindahan dan keunikan Indonesia. Tema yang diangkat beragam, antrara lain : kebudayaan, keindahan alam, gaya hidup, interaksi sosial manusia dan kesenian tradisional. *Inside Indonesia* mempunyai promosi promo program antara lain :

1) Promo Image Program

Promo image pada program acara *Inside Indonesia* tentang kebudayaan, keindahan alam, gaya hidup, interaksi sosial manusia dan kesenian tradisional. Promo image program dalam Program *Inside Indonesia* menekankan kata “Keindahan”, “Keunikan” dan “Warisan Budaya” yang menjadi karakter program acara *Inside Indonesia*.

2) Update Promo Program

Update Promo Program *Inside Indonesia* berfokus terhadap kebudayaan yang dimiliki Indonesia, mulai dari orang - orangnya, ada istiadat, tempat wisata. Program acara *Inside Indonesia* ini mengambil cuplikan-cuplikan berita misalnya tarian khas suatu suku, makanan, minuman, juga berita - berita yang menarik yang nantinya dipilih dan dijadikan dalam 1 sequence untuk update program acara *Inside Indonesia*.

b. CNN Indonesia Sport



Gambar 19. Program acara *CNN Indonesia Sport*

Program acara mengenai informasi terlengkap seputar dunia olahraga dari dalam dan luar negeri, materi terbaru dari sumber sumber berita olahraga, segmen khusus wawancara dan ulasan pertandingan dengan para atlet, pengamat, dan pendukung lainnya dalam dunia olahraga. *CNN Indonesia Sport* mempunyai promosi promo program antara lain :

a. Promo Image Program

Promo image pada program *CNN Indonesia Sport* fokus terhadap olahraga, pelaku olahraga, tokoh olahraga. Promo Image Program dalam *CNN Indonesia Sport* menekankan kata “Teraktual” dan “Terlengkap” yang menjadi karakter program acara *CNN Indonesia Sport*.

b. Update Promo Program

Update Promo Program *CNN Indonesia Sport* berfokus terhadap berita olahraga dalam dan luar negeri. Program *CNN Indonesia Sport* ini mengambil cuplikan cuplikan berita misalnya olahraga sepakbola, silat, basket juga berita berita olahraga yang menarik yang nantinya dipilih dan dijadikan untuk update program acara *CNN Indonesia Sport*

c. **CNN Indonesia Business**



Gambar 20. Program acara *CNN Indonesia Bussines*

Program acara yang dimiliki CNN Indonesia yang menyajikan informasi dunia bisnis dan ekonomi, saat pembukaan dan sore hari saat penutupan lantai bursa. *CNN Indonesia Bussines* juga dilengkapi dengan ulasan mendalam dan komprehensif dari berbagai narasumber yang kompeten dalam bidang ekonomi dan bisnis, ditunjang dengan kelengkapan grafis yang dinamis dan dibuat dengan teknologi terbaru. *CNN Indonesia Bussines* mempunyai promosi promo program antara lain:

1) Promo Image Program

Promo Image pada program acara *CNN Indonesia Bussines* berfokus Ekonomi dan Bisnis. Promo Image Program dalam *CNN Indonesia Bussines* menekankan kata “Berita Bisnis Akurat” dan “Terkini” yang menjadi karakter program acara *CNN Indonesia Bussines*.

2) Update Promo Program

Update Promo Program *CNN Indonesia Bussines* berfokus terhadap berita mengenai bisnis dan ekonomi. Program *CNN Indonesia Bussines* ini mengambil cuplikan cuplikan berita misalnya perkembangan ekonomi yang sedang terjadi juga berita bisnis yang menarik yang dipilih dan dijadikan untuk update program acara *CNN Indonesia Bussines*.

3) *Promo Anchor*

Promo Anchor juga salah satu strategi untuk mempromosikan suatu program acara. Program Acara *CNN Indonesia Bussines* mempunyai *Promo Anchor* untuk mendongkrak program acara tersebut agar dilihat khalayak luas, Hera.F Haryn adalah *anchor* di dalam Program Acara *CNN Indonesia Bussines*, yang dibuatkan *Promo* karena mempunyai karakter tentang Ekonomi dan juga mempunyai Program acara berfokus Ekonomi juga, jadi jika nanti ada yang melihat Program Acara dengan *Anchor* Hera.F Haryn, maka Berita yang dibawakan tidak luput dari berita mengenai ekonomi maupun bisnis.

d. *Showbiz News*



Gambar 21. Program acara *Showbiz News*

Informasi terbaru dan terkini dari dunia hiburan yang disajikan secara lengkap dan mendalam. Program ini menghadirkan berita berita hiburan dalam dan luar negeri, dilengkapi dengan segmen khusus wawancara dengan artis, sutradara, dan para pelaku dunia hiburan. Program yang menyajikan fakta menarik, tanpa gosip. *CNN Indonesia Showbiz News* mempunyai promosi promo program antara lain

a. Promo Image Program

Promo image pada program acara *CNN Indonesia Showbiz News* berfokus berita Hiburan. Promo Image Program dalam *CNN Indonesia Showbiz News* menekankan kata “Menarik” yang menjadi karakter program acara *CNN Indonesia Showbiz News*.

b. Update Promo Program

Update Promo Program *CNN Indonesia Showbiz News* berfokus terhadap berita mengenai artis dalam dan luar, program *CNN Indonesia Showbiz News* ini mengambil cuplikan cuplikan berita seputar hiburan misalnya penyanyi, pemain film yang sedang fenomenal yang menarik yang dipilih dan dijadikan untuk update program acara *CNN Indonesia Showbiz News*.

e. *CNN Indonesia Heroes*



Gambar 22. Program Acara *CNN Indonesia Heroes*

Program acara *CNN Indonesia Heroes* adalah Program *feature* yang berdurasi setengah jam, yang mengangkat sosok-sosok yang melakukan banyak

hal untuk menjadi berguna bagi sesamanya. Orang - orang yang dengan kerelaan hati melakukan terobosan untuk menjadikan hidup menjadi lebih mudah dijalani bagi orang lain . Mereka adalah orang - orang biasa yang mengerjakan hal - hal luar biasa. *CNN Indonesia Heroes* mempunyai promosi promo program antara lain:

a. Promo Image Program

Promo Image pada program *CNN Indonesia Heroes* tentang sosok – sosok pahlawan yang berada di lingkungannya yang berguna untuk sekitar. Promo image program dalam Program *CNN Indonesia Heroes* menekankan kata “Menebar Manfaat” dan “Solusi” yang menjadi karakter program acara *CNN Indonesia Heroes*.

b. Update Promo Program

Update Promo Program *CNN Indonesia Heroes* berfokus terhadap orang yang bermanfaat bagi lingkungan. Program *CNN Indonesia Heroes* ini mengambil cuplikan - cuplikan berita seputar sosial misalnya pahlawan tentang pendidikan, pahlawan dilingkungannya, serta berita yang menginspirasi juga menarik yang dipilih dan dijadikan untuk Update program acara *CNN Indonesia Heroes*.

c. Promo Anchor

Program Acara *CNN Indonesia Heroes* mempunyai Promo Anchor untuk mendongkrak program acara tersebut agar dilihat khalayak luas, Alfian Rahardjo adalah *anchor* di dalam Program Acara *CNN Indonesia Heroes*, dibuatkan Promo karena mempunyai karakter dari sudut pandang sosial dan juga mempunyai

Program acara berfokus sosial juga, jika nanti ada yang melihat program acara dengan *anchor* Alfian Rahardjo, maka berita yang tidak jauh dari berita mengenai sosial.

f. Bisnis Anak Muda



Gambar 23. Program acara Bisnis Anak Muda

Program acara *SoftNews* yang dimiliki CNN Indonesia, *Bisnis Anak Muda* adalah Program acara yang mengangkat kisah sukses anak - anak muda yang mampu berpikir ‘out of the box’. Anak muda yang memiliki kreatifitas dan kecerdasan untuk membangun bisnis yang menghasilkan keuntungan besar di usia muda. *CNN Indonesia Bisnis Anak Muda* mempunyai promo program antara lain:

a. Promo Image Program

Promo image pada program *CNN Indonesia Bisnis Anak Muda* tentang sosok – sosok pahlawan yang berada di lingkungannya yang berguna untuk sekitar. Promo Image Program dalam Program *CNN Indonesia Bisnis Anak Muda*

menekankan kata “Kreatif” dan “Inovatif” yang menjadi karakter program acara *CNN Indonesia Bisnis Anak Muda*.

b. Update Promo Program

Update promo program *CNN Indonesia Bisnis Anak Muda*, berfokus terhadap orang muda yang dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan juga sukses. Program *CNN Indonesia Bisnis Anak Muda*, mengambil cuplikan - cuplikan berita seputar kesuksesan anak muda misalnya, pengusaha muda, pengrajin yang sukses serta berita yang menginspirasi yang dijadikan Cuplikan untuk update program acara *CNN Indonesia Bisnis Anak Muda*.

g. Viral



Gambar 24. Program acara Viral

Program acara yang menyajikan berita yang sedang diperbincangkan oleh netizen disertai dengan fakta-fakta yang ada di media sosial. Program ini juga

ditayangkan di Trans TV (*simulcast*). *Viral* mempunyai promosi promo program antara lain:

a. Promo Image Program

Promo image pada program *CNN Indonesia Viral* membahas tentang berita yang sedang hangat di media sosial. Promo image program dalam Program *CNN Indonesia Viral* menekankan kata “Trending topik di media sosial” yang menjadi karakter program acara *CNN Indonesia Viral*.

b. Update Promo Program

Update promo program *CNN Indonesia Viral* berfokus perkembangan berita di dunia online yang terbaru. Program *CNN Indonesia Viral* ini mengambil cuplikan - cuplikan yang menarik untuk anak muda misalnya Penyanyi Justien Bieber yang membatalkan konsernya di indonesia karena ingin beristirahat. Cuplikan - cuplikan yang diambil seputar perkembangan terbaru di media sosial untuk meng-update program acara *CNN IndonesiaViral*.

h. CNN Indonesia *Connected*



Gambar 25 Program Acara *CNN Indonesia Connected*

Program acara yang dimiliki CNN Indonesia menjadi program harian yang menyoroti apa yang terjadi dan ramai dibicarakan di sosial media. mengupas lebih dalam berbagai fenomena dan pembicaraan hangat masyarakat melalui sosial media. Dilengkapi dengan wawancara dengan narasumber mengenai topik hangat yang dibicarakan, mengundang partisipasi masyarakat untuk mengirimkan pendapat melalui sosial media. *CNN Indonesia Connected* mempunyai promosi promo program antara lain:

a. Promo Image Program

Promo image pada program *CNN Indonesia Connected* membahas tentang berita yang sedang hangat di media sosial. Promo image program dalam program *CNN Indonesia Connected* menekankan kata “berita dari media sosial” dan “berita menarik” yang menjadi karakter program acara *CNN Indonesia Connected*.

b. Update Promo Program

Update promo program *CNN Indonesia Connected* berfokus perkembangan berita di dunia Online yang terbaru. Program *CNN Indonesia Connected* ini mengambil cuplikan - cuplikan yang menarik dan hangat di medsos. Cuplikan - cuplikan yang diambil seputar berita terbaru di media sosial untuk meng-update program acara *CNN Indonesia Connected*.

i. CNN Indonesia Tech news



Gambar 26. Program acara *CNN Indonesia Tech News*

Program *CNN Indonesia Tech News* memberikan berita terkini dari dunia sains dan teknologi, dari Silicon Valley hingga Bandung, Tech News membawa pemirsa ke dunia teknologi penuh dengan informasi, pendidikan, hiburan sampai kesehatan terkini. Bukan hanya terkini, tetapi bagaimana teknologi dapat membantu kehidupan pemirsa sehari-hari. *CNN Indonesia Tech News* mempunyai promosi program antara lain:

a. Promo Image Program

Promo Image pada program *CNN Indonesia Tech News* membahas tentang berita yang sedang hangat di media sosial. Promo image program dalam program *CNN Indonesia Tech News* menekankan kata “Inovasi” dan “berita teknologi Terbaru” yang menjadi karakter program acara *CNN Indonesia Tech News*.

b. Update Promo Program

Update promo program *CNN Indonesia Tech News* berfokus terhadap berita mengenai teknologi terbaru di dunia. Program *CNN Indonesia Tech News* ini mengambil cuplikan - cuplikan yang menarik dan yang belum pernah ada sebelumnya. Misalnya teknologi robot yang semakin canggih juga berita terbaru mengenai temuan teknologi terbaru untuk meng-update program acara *CNN Indonesia Tech News*.



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai strategi promosi program di CNN Indonesia. Promo Promosi program diharapkan khalayak akan selalu mengingat program acara yang sebelumnya lupa dengan membantunya mengingat lewat cuplikan-cuplikan gambar. Promosi program di CNN Indonesia terbagi menjadi 3, yaitu : *Update Promo Program*: diupdate selama 2 minggu sekali, berdurasi pendek hanya 30s, cuplikan berita yang di tayangkan di sesuaikan dengan program acara yang ditampilkan, promo tidak boleh menyimpang dari apa yang sudah ditetapkan oleh KPI. *Promo Image Program* : Di update selama 1 tahun sekali, berdurasi 60s, menampilkan *anchor* program acara yang dipromokan, menampilkan karakter program acara yang di promokan, Menampilkan jam hari tempat tayang, promo tidak boleh menyimpang dari apa yang sudah ditetapkan oleh KPI dan juga *Promo Anchor* : Berdurasi 60s, grafis yang mendukung, menampilkan karakter *anchor* sesuai jenis berita yang ditayangkan, background promo *anchor* sesuai karatkter dari *anchor* tersebut, promo tidak boleh menyimpang dari apa yang sudah ditetapkan oleh KPI.

Semua promo-promo itu dibuat agar program acara yang dimiliki semakin banyak khalayak yang melihatnya. Hal ini bukan berarti program acara yang dimiliki oleh CNN Indonesia kurang menarik karena selalu harus dipromosikan. Tetapi di zaman modern ini program acara semakin variatif dan banyak

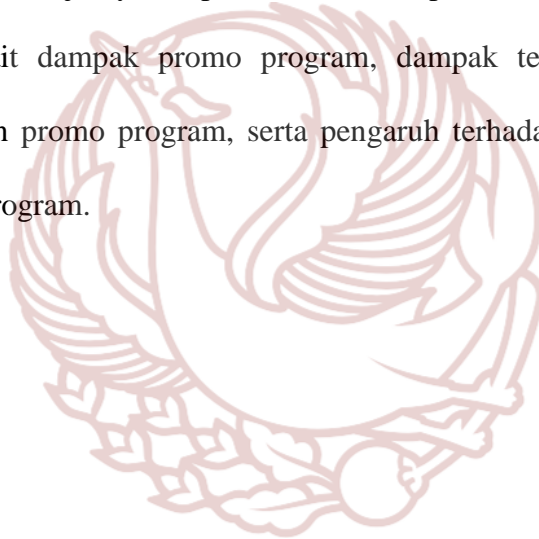
jumlahnya, untuk itulah promosi program dibuat dengan tujuan untuk mempertahankan khalayak dan menarik khalayak baru maupun mengundang para pemasang iklan untuk mau memasang iklan.

Stasiun televisi memang harus mempunyai suatu departemen yang khusus menangani promosi program ini, karena perannya yang cukup penting untuk kesejahteraan stasiun televisi itu sendiri, di CNN Indonesia terdapat Departemen promo yang khusus menangani promo-promo program acara, selain itu juga membuat promo *TV station*. Departemen ini dipimpin oleh seorang kepala Departemen yang bertanggung jawab kepada Divisi Bisnis dan strategi yang juga dipimpin oleh Kepala Divisi. Di CNN Indonesia update penggantian cuplikan gambar dilakukan 2 minggu sekali, untuk menyesuaikan berita-berita yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat, untuk itu setiap 2 minggu sekali diupdate agar cuplikan-cuplikan berita selalu hangat dan ditunggu-tunggu oleh masyarakat luas.

B. Saran

Hasil penelitian dengan judul Strategi Departemen Promosi Program di CNN Indonesia diharapkan mampu menjadi pemicu peneliti lain untuk melakukan penelitian mengenai promo program. Penelitian sejenis dapat dilakukan melalui sudut pandang yang berbeda maupun dilakukan di stasiun televisi yang berbeda. Untuk meneliti dan mengembangkan apa saja yang berhubungan dengan suatu promo program yang lebih mendalam.

Peneliti selanjutnya dapat melakukan penelitian sejenis yang lebih mendalam terkait dampak promo program, dampak terhadap khalayak yang melihat tayangan promo program, serta pengaruh terhadap pemasang iklan dari adanya promo program.



Daftar Pustaka

Buku :

Morissan. 2011 Manejemen Media Penyiaran : Strategi Pengelola Radio & Televisi, Jakarta Kencana Prenada Media Group.

Fachruddin Andi 2012. Dasar Dasar Produksi Televisi : Produksi Berita, Feature, Laporan Investigasi, Dokumenter dan Teknik Editing, Jakarta Kencana PrenadaMedia Group.

H.B Sutopo 2006 Metodologi Penelitian Kualitatif, Surakarta Universitas Sebelas Maret

Internet:

CNN Indonesia.com diakses pada tanggal 18 Januari 2018

<https://www.cnnindonesia.com/tv/program> diakses 18 Mei 2018

LAMPIRAN



Lampiran 1. Surat keterangan penelitian skripsi di Departemen promo program

 KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
INSTITUT SENI INDONESIA SURAKARTA
FAKULTAS SENI RUPA DAN DESAIN
Jalan Ringroad Km 5,5 Mojosongo, Jebres, Surakarta 57127
Telepon 0271 7889050 Faksimile 0271 7889051
http://fsrd.isi-ska.ac.id email:fsrd@isi-ska.ac.id

No. : /SOI/IT6.4/PP/2018
Hal : Permohonan Ijin Penelitian

Kepada :
Yth. Ibu Indah Dani Kempitz
Kepala Departemen Promo Media Services
di CNN Indonesia
Gedung Transmedia Lt 3 CNN Indonesia, Mampang
Prapatan, Kav. 14-16 Jakarta Selatan

Dengan Hormat,
Dalam rangka kegiatan kuliah Tugas Akhir Program Studi Televisi dan Film Fakultas Seni Rupa dan Desain Institut Seni Indonesia (ISI) Surakarta maka dengan ini kami mohon sudilah kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan ijin kepada mahasiswa kami untuk Penelitian di Departemen Promo Media Services CNN Indonesia pada 9 - 16 Juli 2018.

Adapun mahasiswa yang akan melaksanakan kegiatan tersebut adalah:

Nama : Oktavian
NIM : 14148109
Prodi / Jurusan : Televisi dan Film / Seni Media Rekam

Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

Surakarta, 28 Juni 2018
a.n. Dekan
Wakil Dekan I

Much. Sofwan Zarkasi, M.Sn.
NIP. 197311072006041002

Tembusan:
Dekan (sebagai laporan)

Lampiran 2. Interview wawancara Produser Promo Program Periode
Oktober – Desember 2017

Interview

Desember – April 2018

Interviewer : Oktavian

Interviewee : Muhammad Adjie (Produser Promo)

Interview Pengumpulan data untuk Tugas Akhir Skripsi dengan Judul “ **Strategi Promo Program di CNN Indonesia**”

1. Kapan Departemen promo berdiri?
2. Bagaimana setiap Produser bekerja membuat promo dengan Program acara yang cukup banyak?
3. Setiap berapa minggu sekali update Promo program, promo image program, Promo Anchor diperbaharui ?
4. Apa saja jenis jenis promo Program di CNN Indonesia?
5. Apakah ada bedanya promo program acara HardNews dan SoftNews?
6. Bagaimana Sistem kerja di departmen Promo?
7. Apakah semua Program acara dibuatkan promo program?
8. Bagaimana alur kerja Crew Promo Program?
9. Kenapa Suara VO Voice Over harus sama setiap program?

Lampiran 3. Interview wawancara Kepala departemen Periode
Juli 2018

Interview

Juli 2018

Interviewer : Oktavian

Interviewee : Indah Dani (Kepala Departemen Promo)

Interview Pengumpulan data untuk Tugas Akhir Skripsi dengan Judul “ **Strategi
Promo Program di CNN Indonesia**”

10. Kapan Departemen promo berdiri?
11. Bagaimana setiap Produser bekerja membuat promo dengan Program acara yang cukup banyak?
12. Setiap berapa minggu sekali update Promo program, promo image program, Promo Anchor diperbaharui ?
13. Apa saja jenis jenis promo Program di CNN Indonesia?
14. Apakah ada bedanya promo program acara HardNews dan SoftNews?
15. Bagaimana Sistem kerja di departmen Promo?
16. Apakah semua Program acara dibuatkan promo program?
17. Bagaimana alur kerja Crew Promo Program?
18. Kenapa Suara VO Voice Over harus sama setiap program?

Lampiran 4. Daftar Narasumber yang diwawancarai

NO	Nama Dan Jabatan	Tanggal Wawancara	Deskripsi Wawancara
1.	Muhamad Adjie , 31 tahun Produser Promo Program di CNN Indonesia	18 September – 18 Desember (Selama Proses Magang)	1. Wawancara Mengenai Pentingnya Promo Program 2. Macam Macam Promo di CNN Indonesia.
2.	Muhamad Ihsan, 31 tahun Produser Promo Program di CNN indonesia	18 September – 18 Desember (Selama Proses Magang)	Wawancara mengenai Departemen Promo.

3.	Rama Wisnu Mahendra, 32 tahun, Produser Promo Program di CNN Indonesia	18 September – 18 Desember (Selama Proses Magang)	Wawancara Mengenai alur Pembuatan sebuah Promo suatu Program.
4.	Kesya Dipo, 29 tahun, Kreatif Promo Program di CNN Indonesia.	18 September – 18 Desember (Selama Proses Magang)	Wawancara mengenai bagaimana sebuah Promo Itu dibuat dengan menarik.
5.	Agra Damia Saputra, 30 tahun	18 September –	Wawancara

	Asisten produksi.	18 Desember (Selama Proses Magang)	mengenai kesulitan dalam membuat suatu Promo Program.
--	-------------------	--	--



lampiran 4. Wawancara via whatsapp kepada produser



lampiran 5. Foto saat penelitian skripsi di departemen promo di CNN Indonesia

